Sala de Dados Especial II

Planejamento 2023

Programação 16.09

AMBIENTE DE NEGÓCIOS PARA MPES

- 9h Ambiente para empreender
  - Como é SP no ambiente para empreender? Em qual item estamos bem?
  - Como estamos evoluindo?

NOSSO ATENDIMENTO

- 9h30 Raio X do Atendimento Digital do Sebrae
  - Como é a presença digital no estado de SP?
  - Como está a presença digital do Sebrae ao longo dos anos?
  - Como é o perfil e consumo do cliente digital?
- 10h Perfil de atendimento
  - Como é o perfil dos atendimentos por região?
  - Como estão as taxas de evasão?

FOMENTAR E DESENVOLVER EMPREENDEDORES

- 10h30 Indicador NPS
  - Como está o NPS do Sebrae ao longo dos anos?
  - O que podemos aprender com esse indicador?
- 11h Formalização
  - Como está o cenário e a taxa de formalização no estado de São Paulo?
  - Como ajudar os pequenos negócios na formalização?
  - Como está a atuação do Sebrae nesse indicador?
- 11h30 Mapeamento da educação empreendedora
  - Como os educadores e especialistas analisam o ensino do empreendedorismo?
  - Quais os possíveis impactos da educação empreendedora no ensino médio?
  - Quais os desafios e como se preparar?

Programação 16.09

INOVAÇÃO, DIGITALIZAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

- 12h Maturidade digital dos nossos clientes
  - Como as MPEs estão nos aspectos digitais?
  - Quais os potenciais para o Sebrae ajudar às MPEs inovarem?
- 12h30 Indicador de Inovação
  - Quais tipos de inovação estão mais presentes nas MPEs?
  - O que podemos aprender com esse indicador?

Próximo encontro

Dia 18 de outubro

O ambiente para empreender no estado de São Paulo

GEM São Paulo 2021

Pauta

- Como é São Paulo no ambiente para empreender
- Em que item estamos bem?
- Como estamos evoluindo?

A pesquisa

- Objetivo: análise dos fatores favoráveis e limitantes do ambiente para empreender
- Pesquisa realizada com 38 especialistas do estado de São Paulo
- Amostragem intencional
- Entrevistas realizadas de 21/05/21 a 15/07/21
- Comparação com os resultados de outras 50 economias participantes do GEM 2021

Condições que afetam o ambiente para empreender

- O questionário é composto por um conjunto de afirmações
- As afirmações são agrupadas em temas relacionados às condições que afetam o empreendedorismo
- Cada especialista atribui uma nota de 0 a 10 às afirmações, sendo 0 = muito inadequado a 10 = muito adequado

Condições que afetam o ambiente para empreender – Modelo GEM

- Acesso à infraestrutura física
- Normas culturais e sociais
- Infraestrutura comercial e profissional
- Dinâmica do mercado interno (avalia em que extensão ocorrem as mudanças no mercado de um ano para outro)
- Ensino superior
- Apoio financeiro
- Barreiras, custos, concorrência e legislação no mercado interno (avalia a facilidade de entrada de novas empresas em mercados existentes)
- Programas governamentais
- Burocracia e impostos (avalia a regulamentação da burocracia e custos envolvidos)
- Facilidade de apoio financeiro relacionado ao empreendedorismo
- Pesquisa e desenvolvimento
- Efetividade das políticas (avalia em que medida os novos empreendimentos são priorizados pela política governamental)
- Ensino fundamental e médio

Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

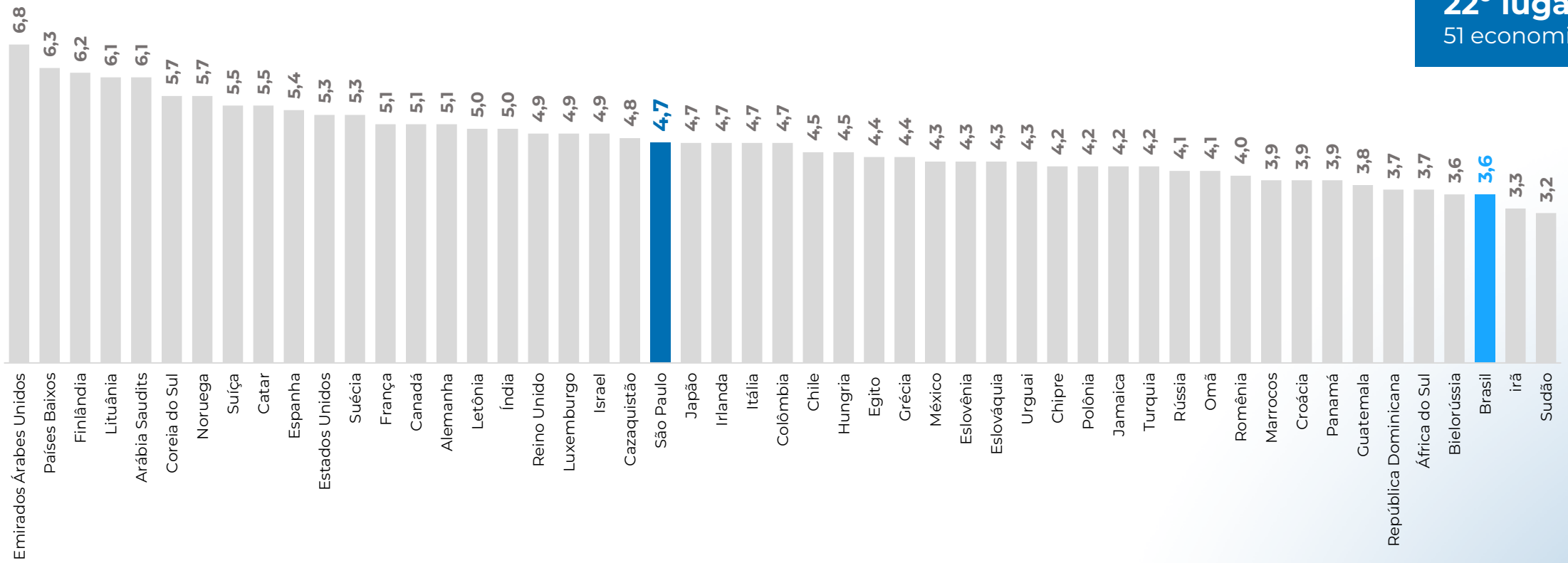
Índice de contexto do empreendedorismo (NECI)

- Esses resultados são analisados por meio de um indicador sintético que agrupa os resultados. Esse indicador é denominado Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI)[1]
- O NECI apresenta as condições médias para empreender a partir dos 13 itens analisados
- Os dados que estão entre parênteses na figura do *slide* 8 mostram a classificação do estado de São Paulo no ranking do fator analisado em comparação com as economias participantes da pesquisa com especialistas em 2021

[1] National Entrepreneurship Context Index

Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI) - 2021

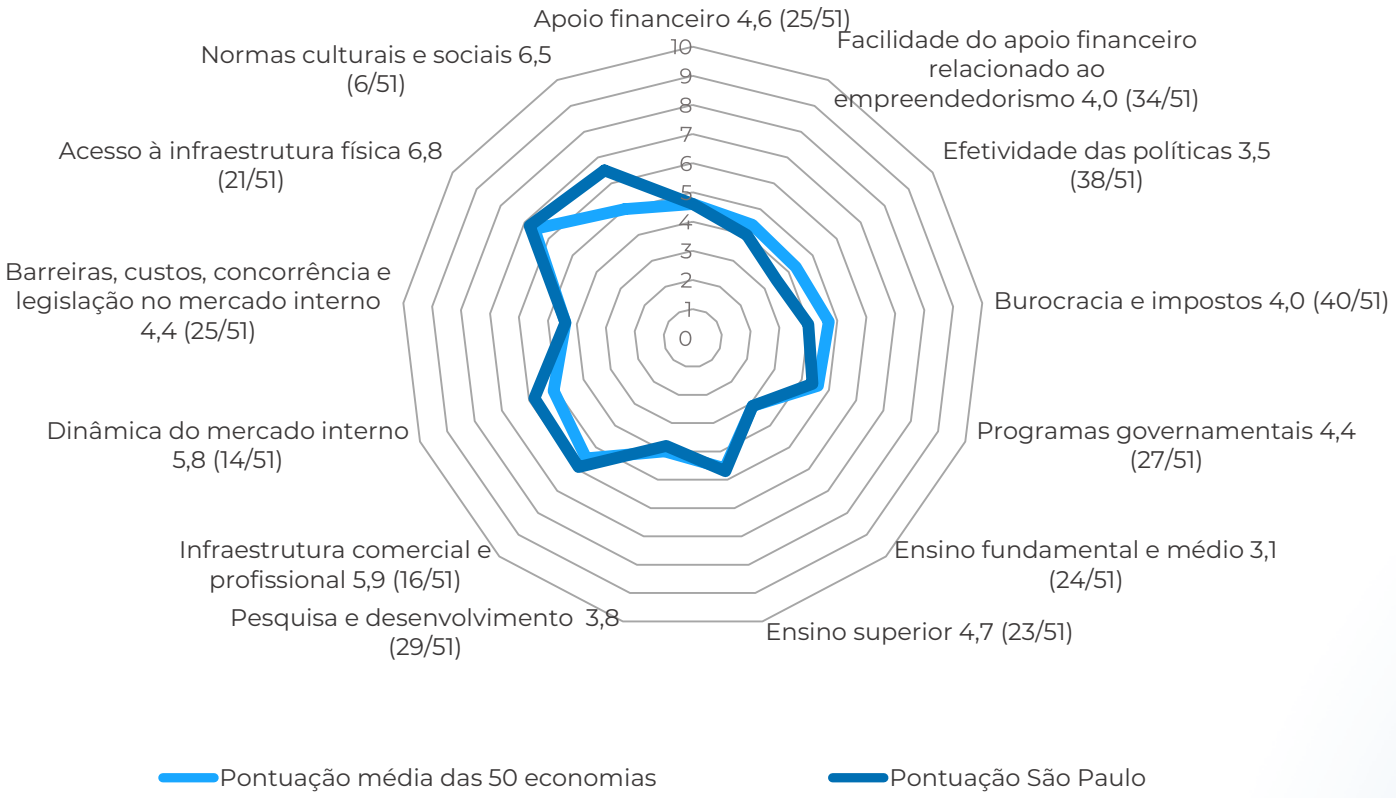
22° lugar entre 51 economias



Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

Avaliação dos especialistas sobre as condições que afetam o ambiente para empreender

São Paulo x média das economias participantes (2021)



Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

São Paulo 2021: Acesso à infraestrutura física (média das notas atribuídas pelos especialistas)

Afirmações	Média
Média das pontuações das afirmações	**6,8**
Uma empresa nova ou em crescimento consegue ter acesso a serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto) em aproximadamente um mês	**8,1**
Uma empresa nova ou em crescimento obtém acesso a serviços de comunicação (telefone, internet, etc.) em menos de uma semana	**7,3**
Há muitos espaços de escritório acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento	**7,1**
A infraestrutura física (estradas, serviços de energia elétrica, fornecimento de água, comunicação, saneamento, esgoto) oferece um bom apoio a empresas novas e em crescimento	**6,8**
Há muitos espaços de produção acessíveis para alugar para empresas novas e em crescimento	**6,0**
Uma empresa nova ou em crescimento pode arcar com os custos de serviços básicos (gás, água, eletricidade e esgoto)	**5,6**
O custo para o acesso a serviços de comunicação (telefone, internet, etc.), por uma empresa nova ou em crescimento, não é muito alto	**5,4**

Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

São Paulo 2021: Normas culturais e sociais (média das notas atribuídas pelos especialistas)

Afirmações	Média
Média das pontuações das afirmações	**6,5**
A cultura regional apoia de modo efetivo o sucesso individual obtido através de esforços pessoais	**6,9**
A cultura regional enfatiza a autossuficiência, autonomia e iniciativa pessoal	**6,8**
A cultura regional enfatiza a responsabilidade que o indivíduo tem (mais do que o coletivo) em administrar a própria vida	**6,6**
A cultura regional encoraja a criatividade e ações inovadoras	**6,3**
A cultura regional encoraja o indivíduo a correr os riscos de iniciar um novo negócio	**6,2**

Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

São Paulo 2021: Efetividade das políticas (média das notas atribuídas pelos especialistas)

Afirmações	Média
Média das pontuações das afirmações	**3,5**
O apoio a empresas novas e em crescimento é uma alta prioridade nas políticas do governo federal	**3,0**
As políticas governamentais (por exemplo, licitações públicas) favorecem consistentemente as novas empresas	**3,7**
O apoio a empresas novas é uma alta prioridade nas políticas dos governos estaduais e municipais	**3,8**

Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

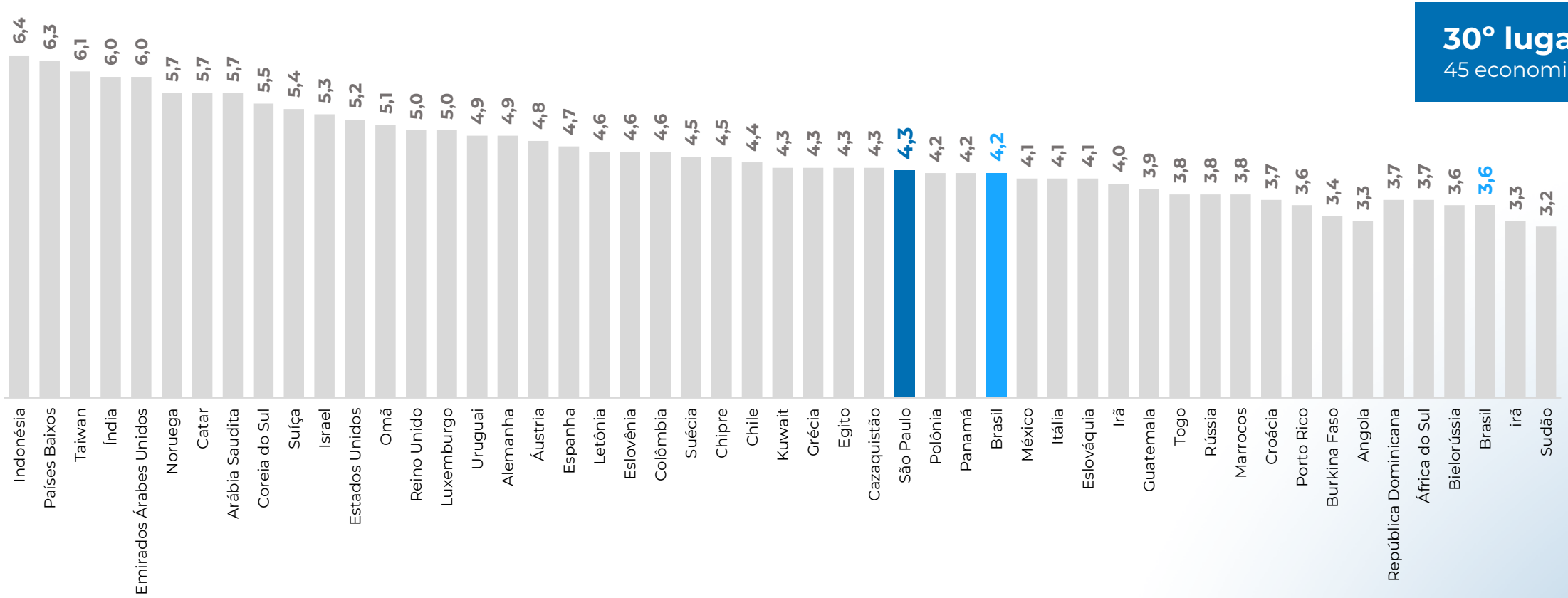
São Paulo 2021: Ensino fundamental e médio (média das notas atribuídas pelos especialistas)

Afirmações	Média
Média das pontuações das afirmações	**3,5**
O ensino em escolas primárias e secundárias dá a atenção adequada ao empreendedorismo e à criação de novas empresas	**2,9**
O ensino em escolas primárias e secundárias fornece instrução adequada sobre os princípios econômicos de mercado	**2,9**
O ensino em escolas primárias e secundárias encoraja a criatividade, a autossuficiência e a iniciativa pessoal	**3,4**

Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2021.

Índice Nacional de Contexto do Empreendedorismo (NECI) - 2020

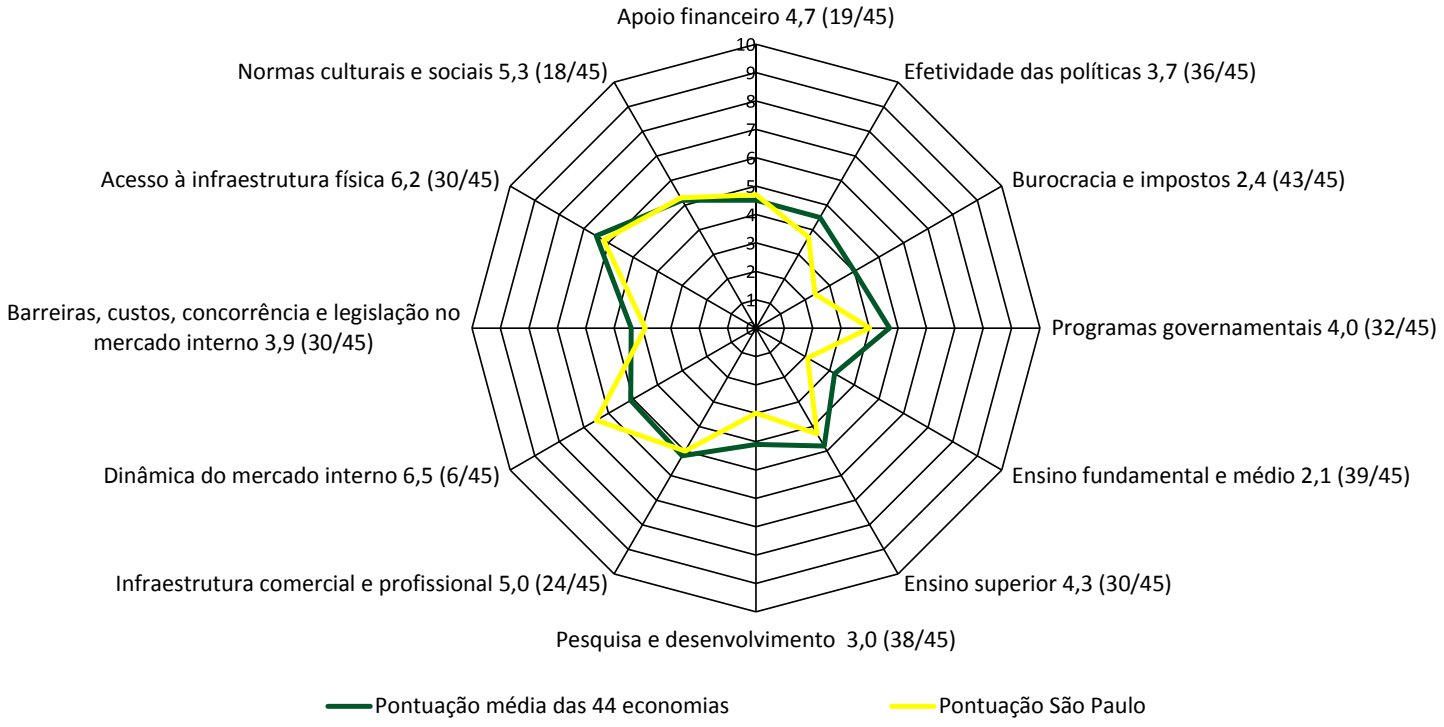
30° lugar entre 45 economias



Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2020.

Avaliação dos especialistas sobre as condições que afetam o ambiente para empreender

São Paulo x média das economias participantes (2020)



Fonte: Sebrae-SP/IBQP. GEM SP 2020.

Para conhecer mais

- GEM São Paulo 2021 – relatório executivo

SEBRAE

dados e pesquisas
Sebrae-SP

Estudo Digital

Cliente Digital

Base de estudo

Foram utilizados para o estudo dados de atendimento utilizando os seguintes critérios:

- Dados referente aos anos de 2019 , 2020, 2021 e 2022 (até Julho).
- Classificação de faixa etária:
    - Ate 24 anos
    - 25 a 34 anos
    - 35 a 44 anos
    - 45 a 54 anos
    - 55 a 59 anos
    - 60 a 64 anos
    - Maior de 65 anos
- Tempo de duração do curso nas seguintes categorias conforme o MEC:
    - < 60 horas = curta duração
    - > 60 horas e < 180 horas = média duração
    - >180 horas = longa duração

Dados Cetic.br

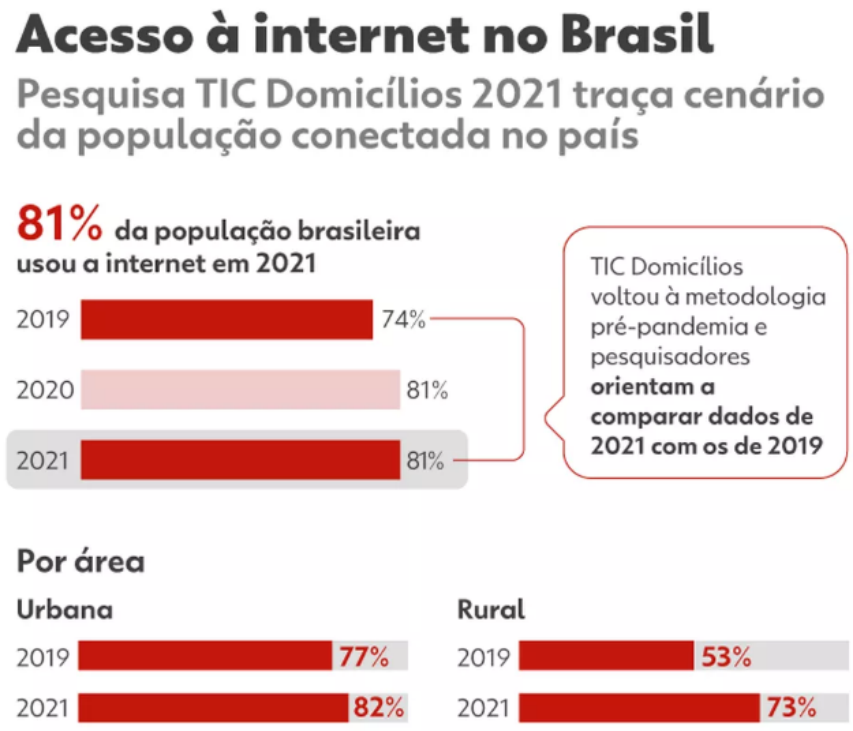
Dados Cetic.br

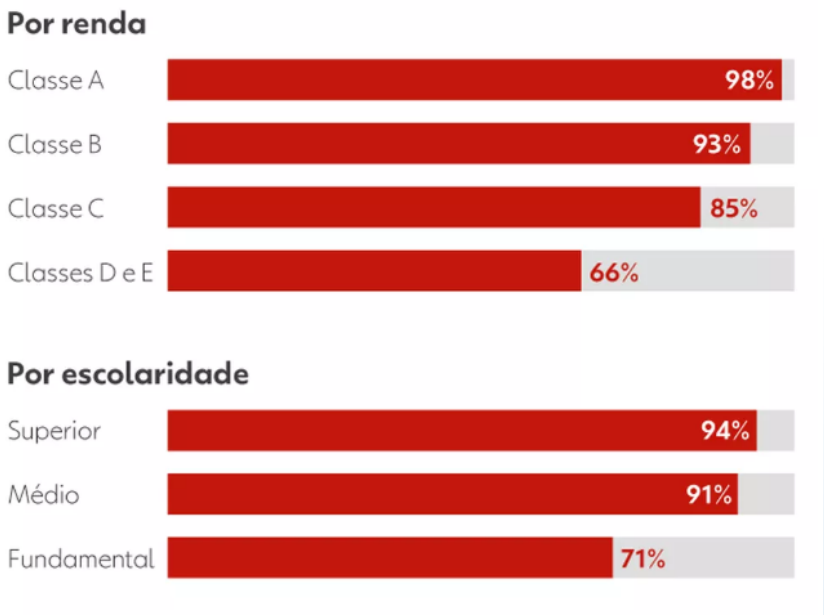
A internet foi acessada por 81% da população brasileira em 2021, segundo a pesquisa TIC Domicílios. O levantamento é feito anualmente pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) e constatou que:

- 1/3 dos mais pobres não tem acesso à internet;
- Acesso à internet na zona rural passou de 53% (antes da pandemia) para 73% em 2021;
- 50% dos brasileiros acessam a internet pela TV, que superou o computador como segundo meio de acesso, atrás do celular;
- Faixa etária mais conectada é a de pessoas entre 16 e 24 anos;
- Regiões Sul, Norte e Centro-Oeste têm os maiores índices de uso de internet no Brasil;
- 46% dos usuários compraram produtos e serviços pela internet;
- 70% dos usuários recorreram à internet para buscar informações ou serviços públicos.

Fonte: https://cetic.br/pt/publicacoes/indice/pesquisas/

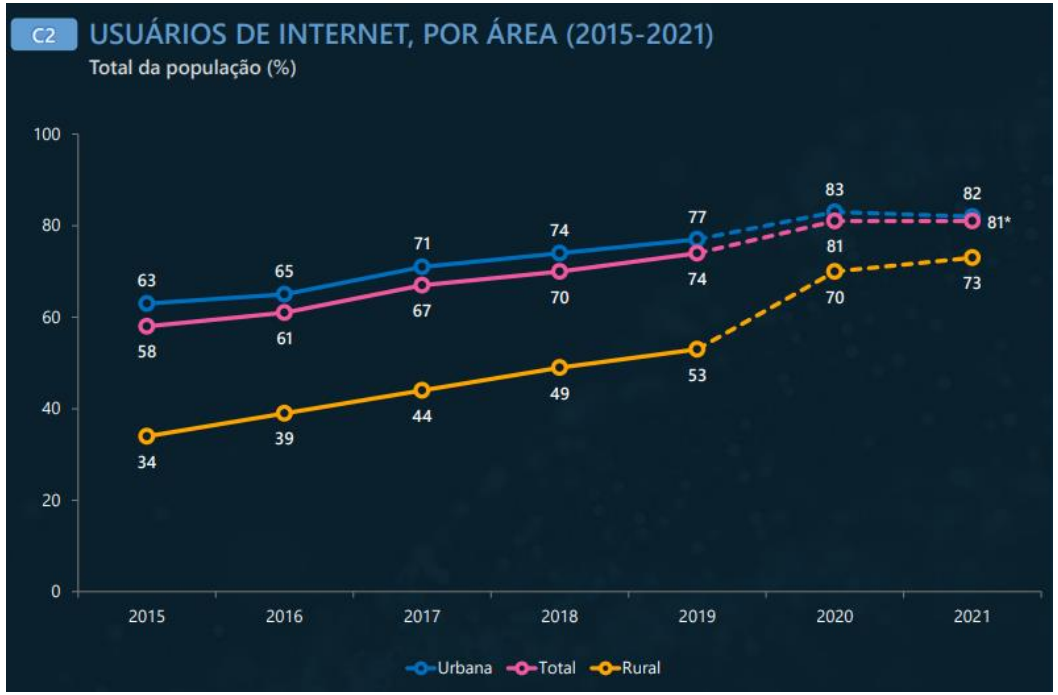
Dados Cetic.br

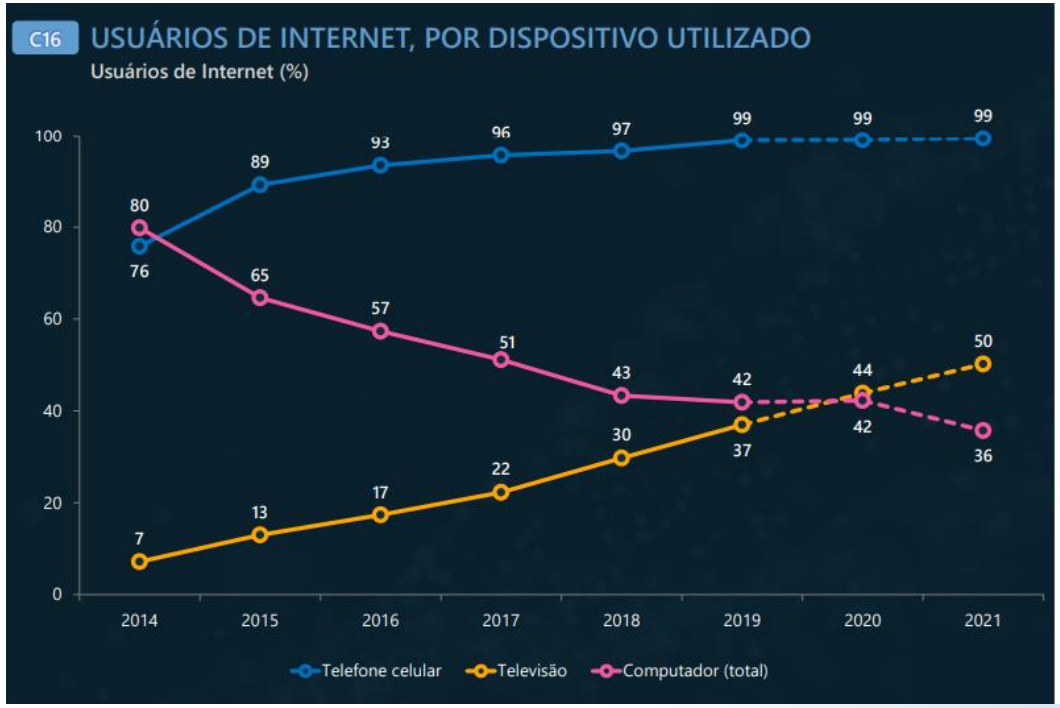




Fonte: https://cetic.br/pt/publicacoes/indice/pesquisas/

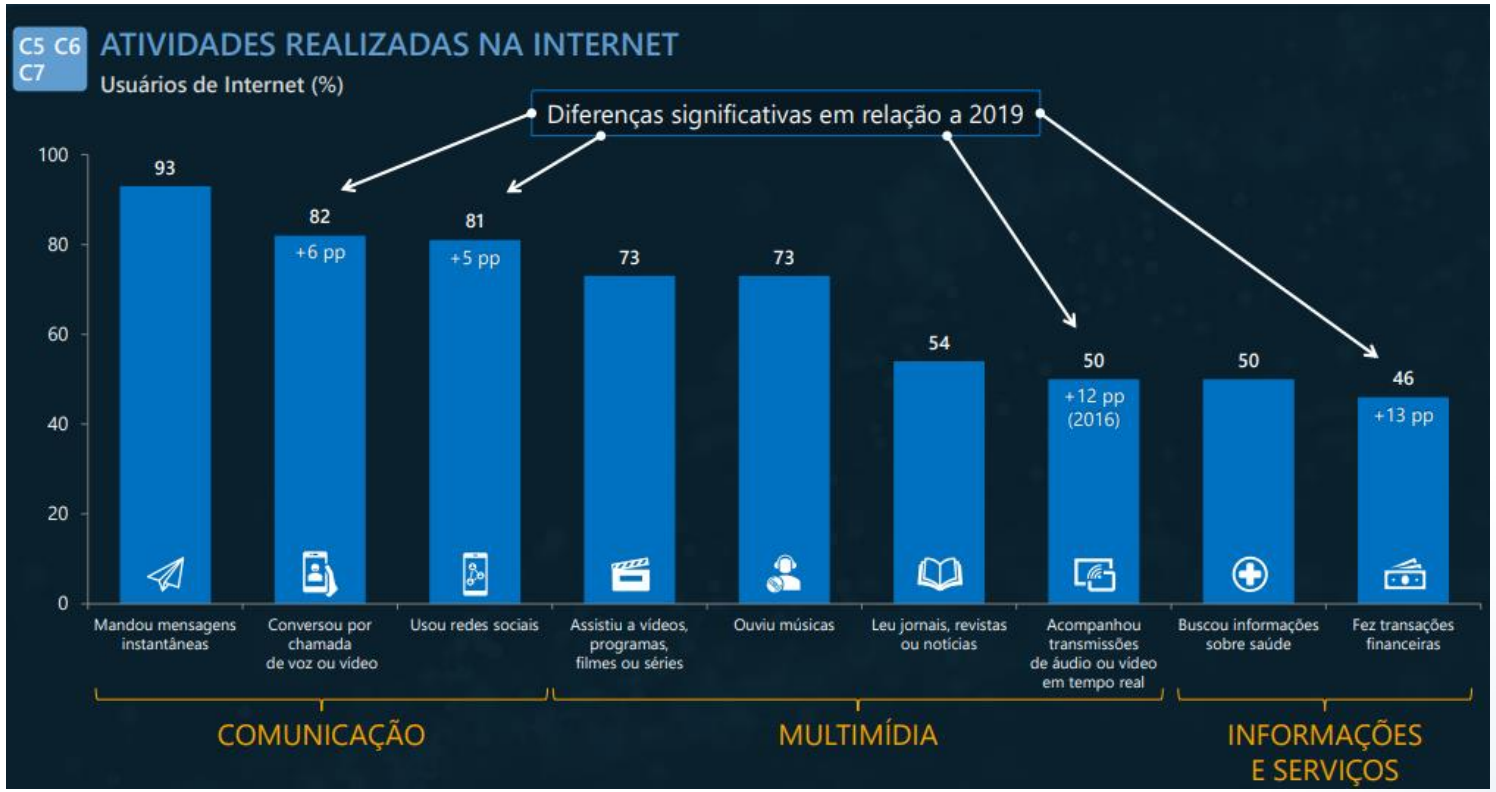
Dados Cetic.br





Fonte: https://cetic.br/pt/publicacoes/indice/pesquisas/

Dados Cetic.br

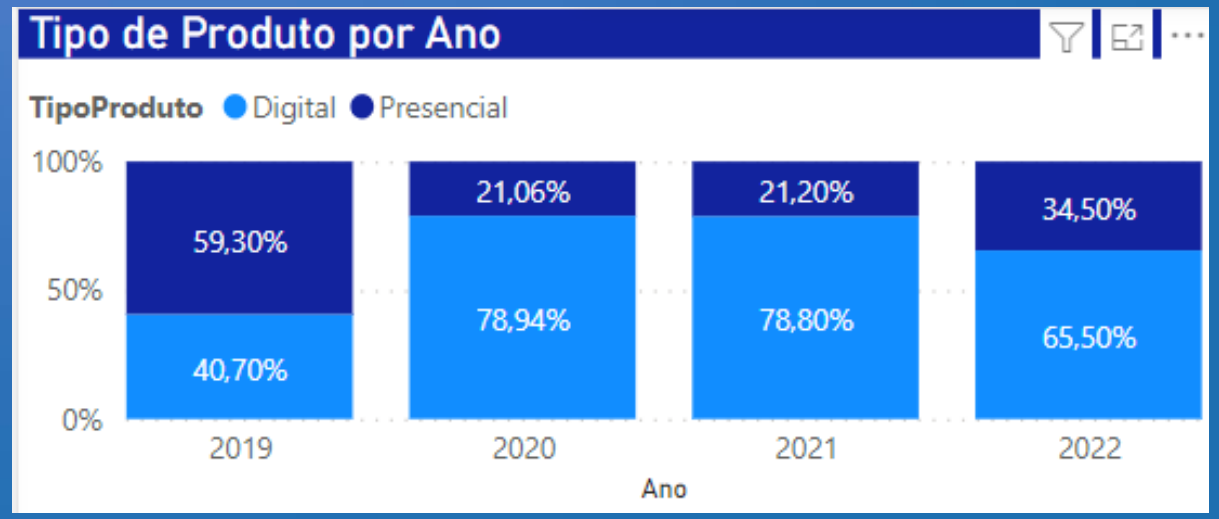


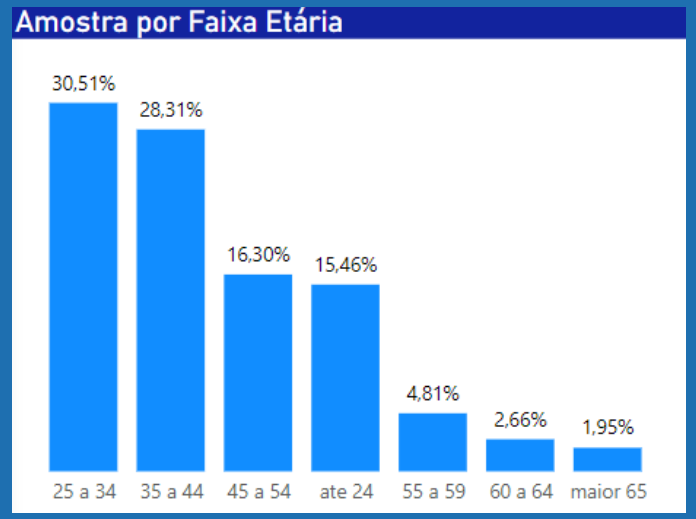
Fonte: https://cetic.br/pt/publicacoes/indice/pesquisas/

Cliente SEBRAE

Consumo dos canais digitais cliente SEBRAE

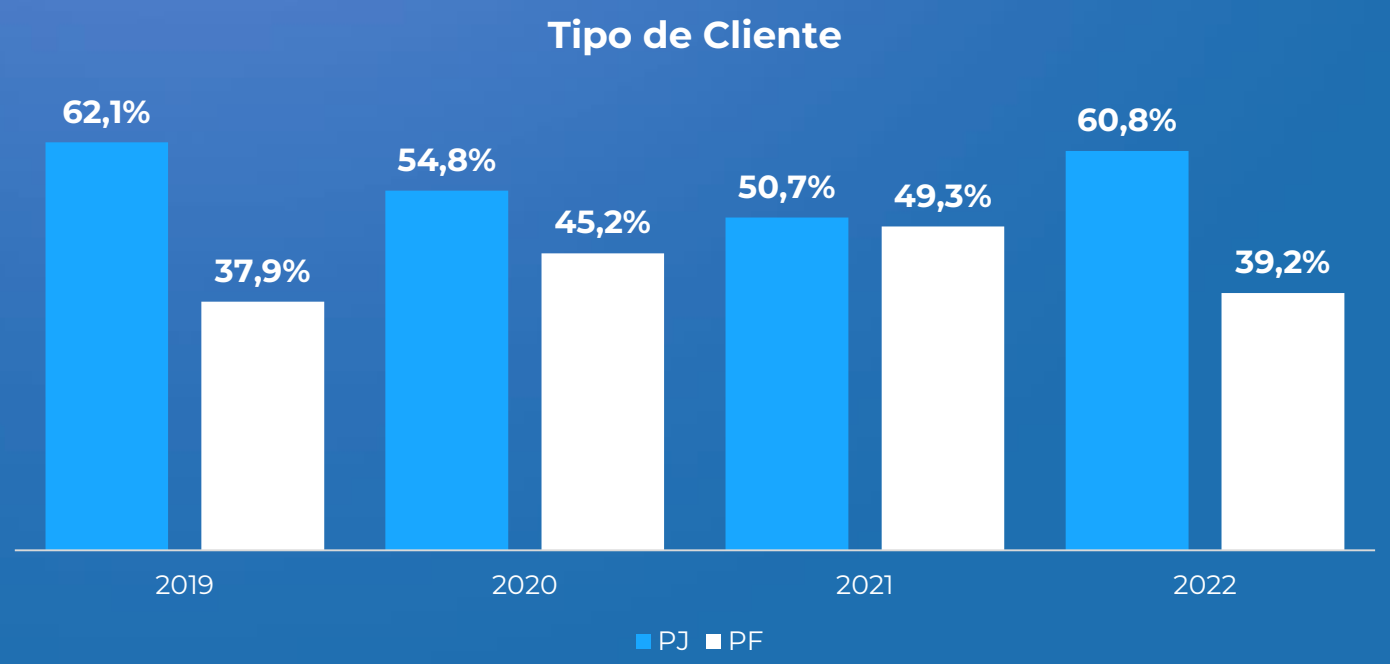
Comportamento Digital





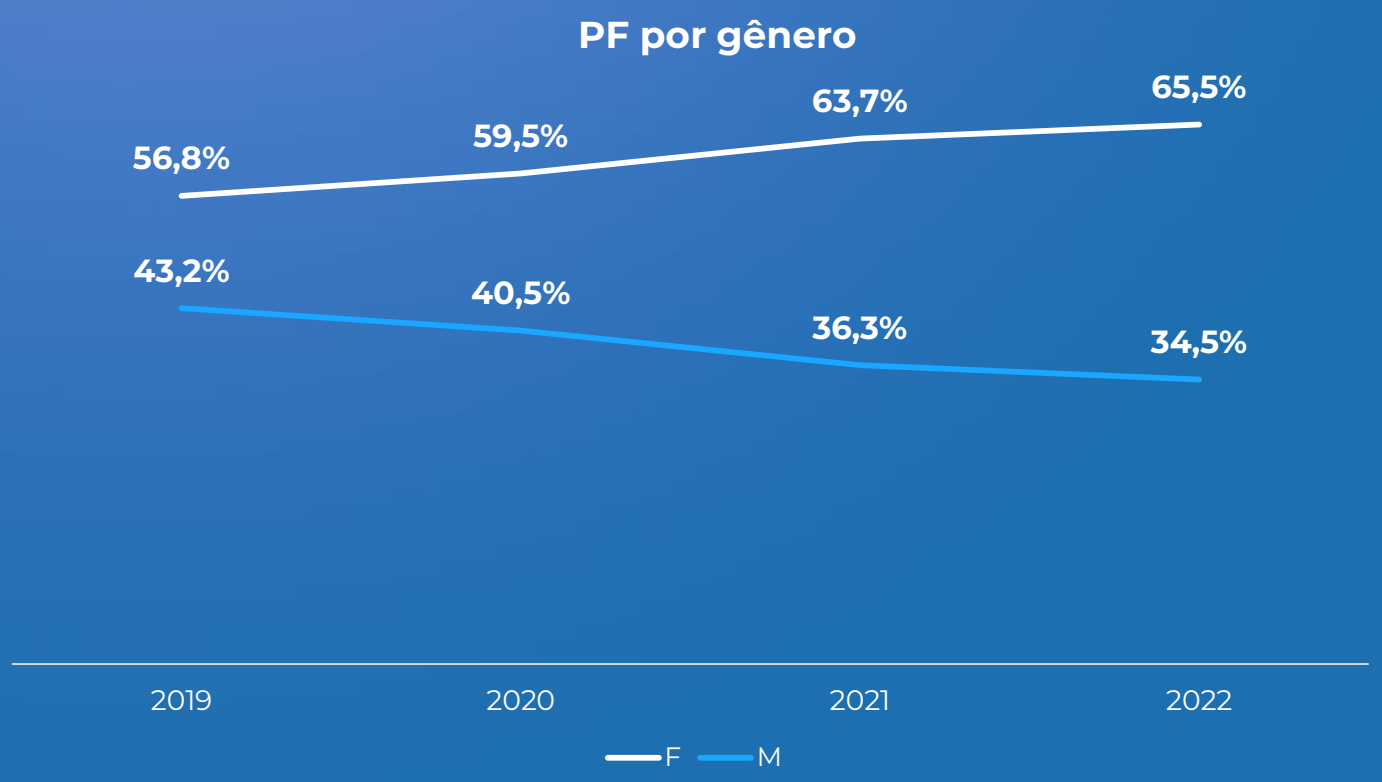
- ~60% dos nossos clientes digitais estão entre 25 a 44 anos

Perfil Cliente Digital



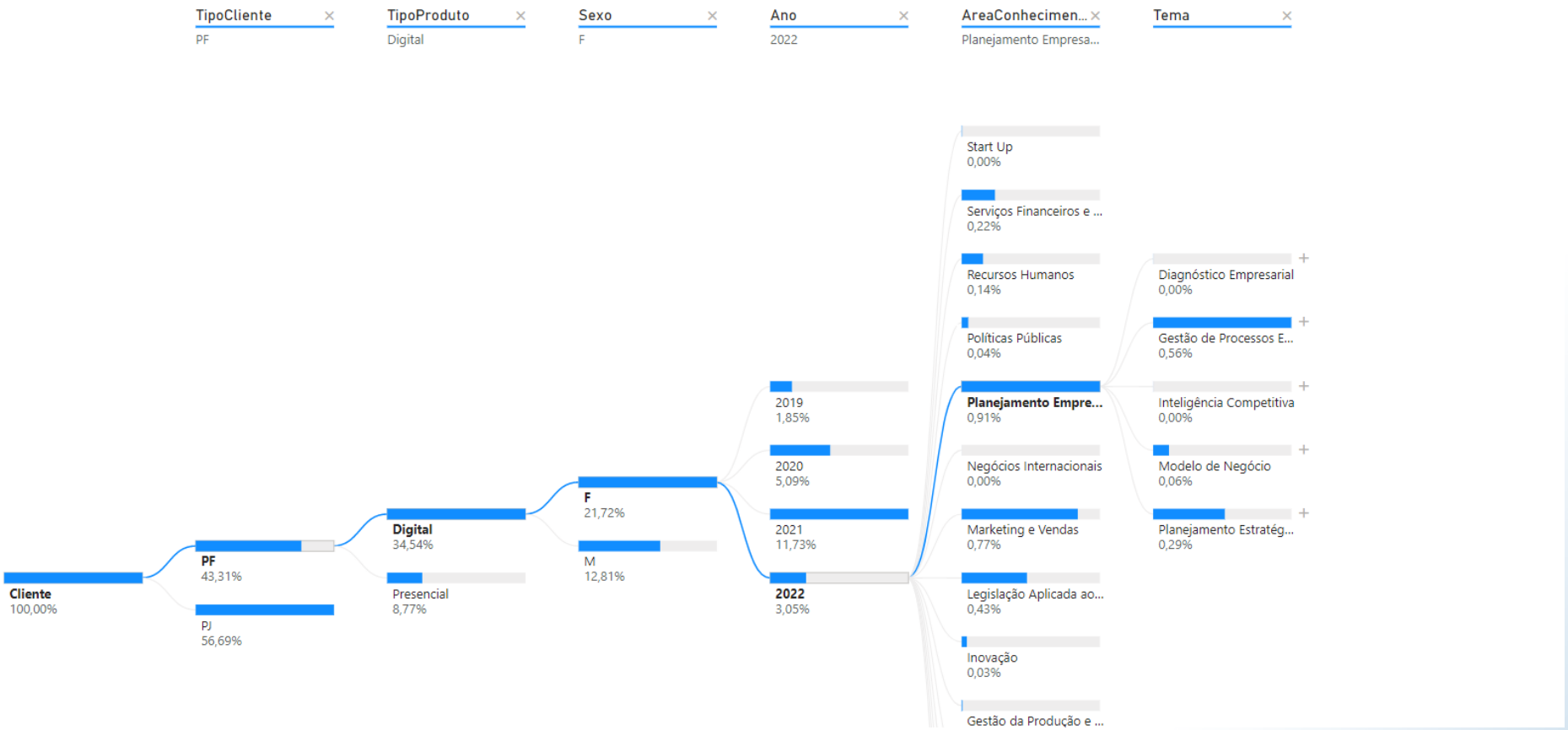
- Durante a pandemia aumentou o consumo dos canais digitais para o cliente Pessoa Física.

Perfil Cliente Digital

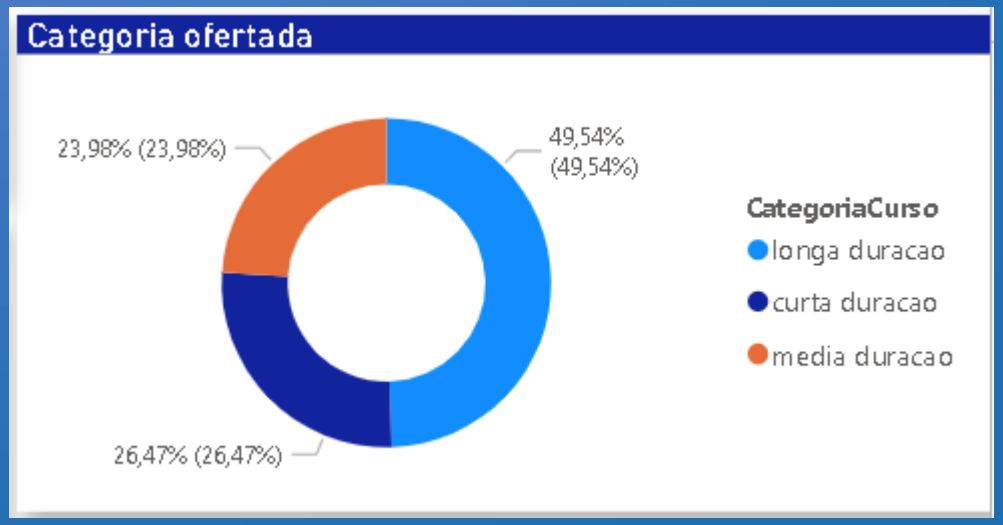


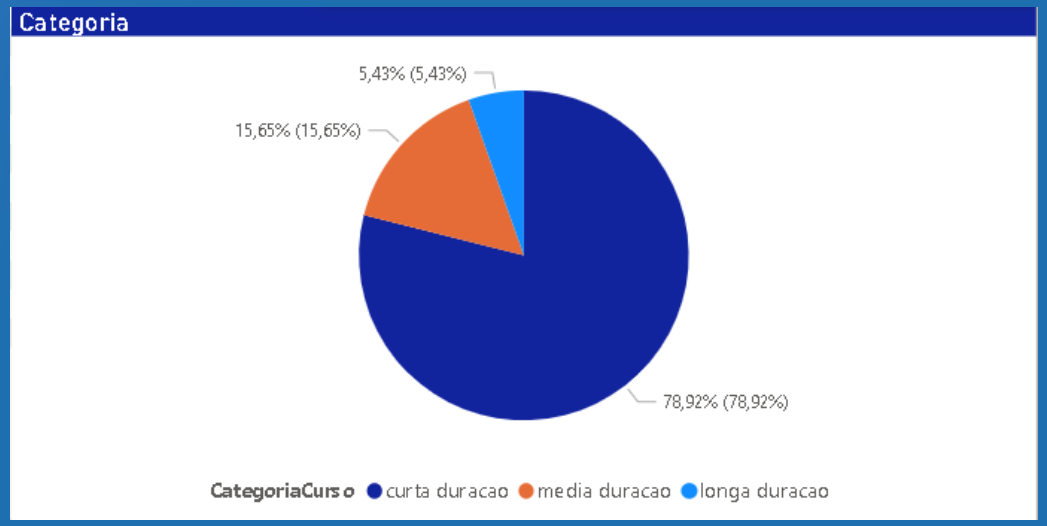
- Clientes PF do sexo Feminino aumentaram sua participação nos canais digitais em aproximadamente 10% em relação a 2019.

Perfil Cliente Digital Feminino



Portfólio



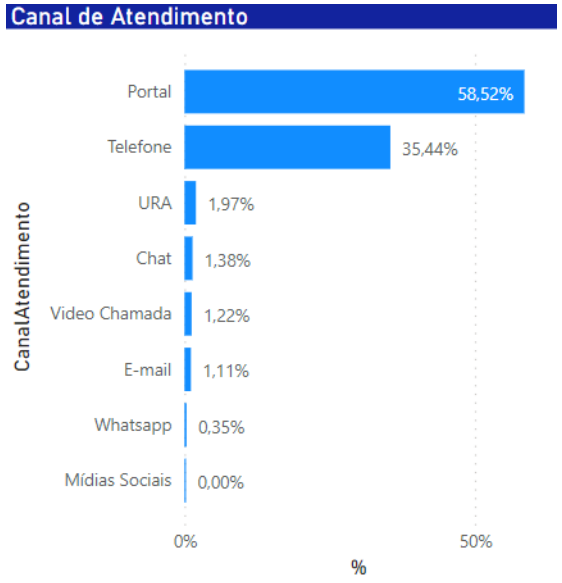


49% do portfólio ofertado são de Longa duração (>180 horas), 78% dos produtos consumidos são de curta duração (< 60 horas)

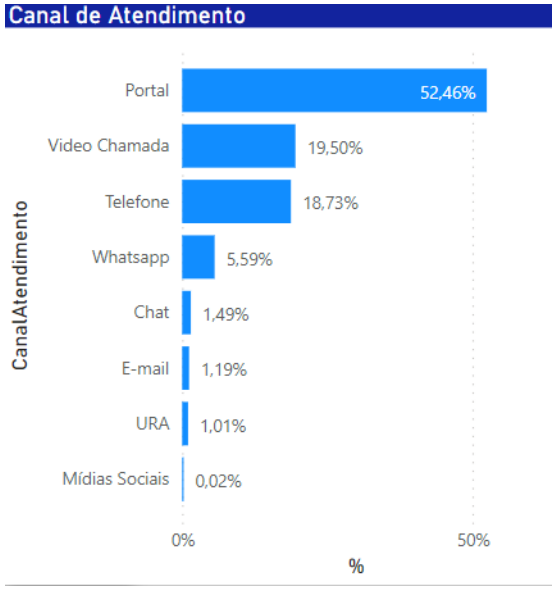
Canais de Atendimento Digital

Canal de Atendimento

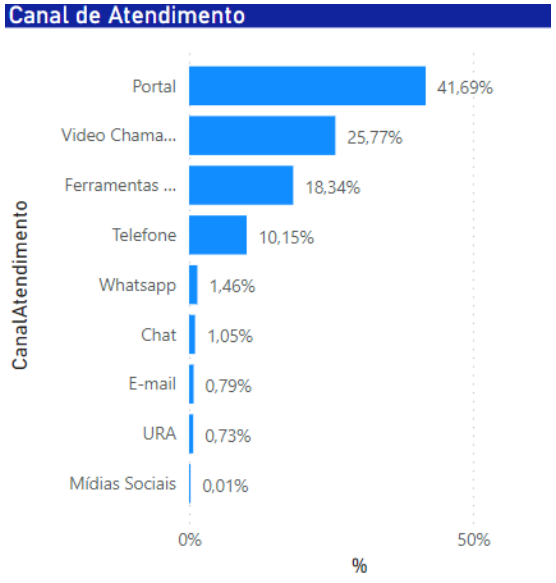
2019



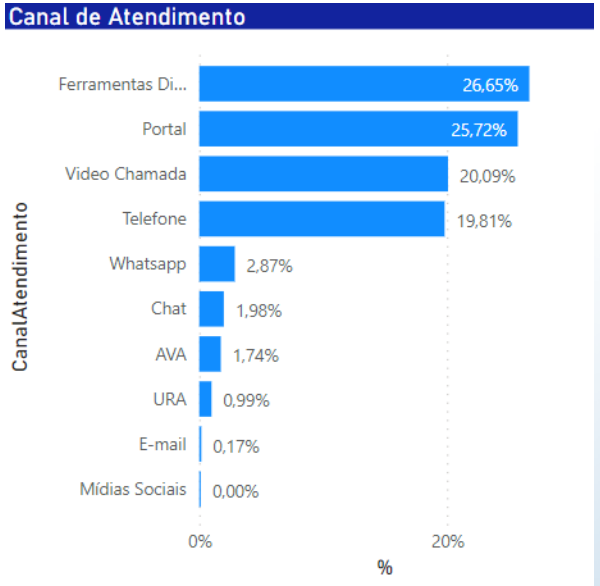
2020



2021



2022



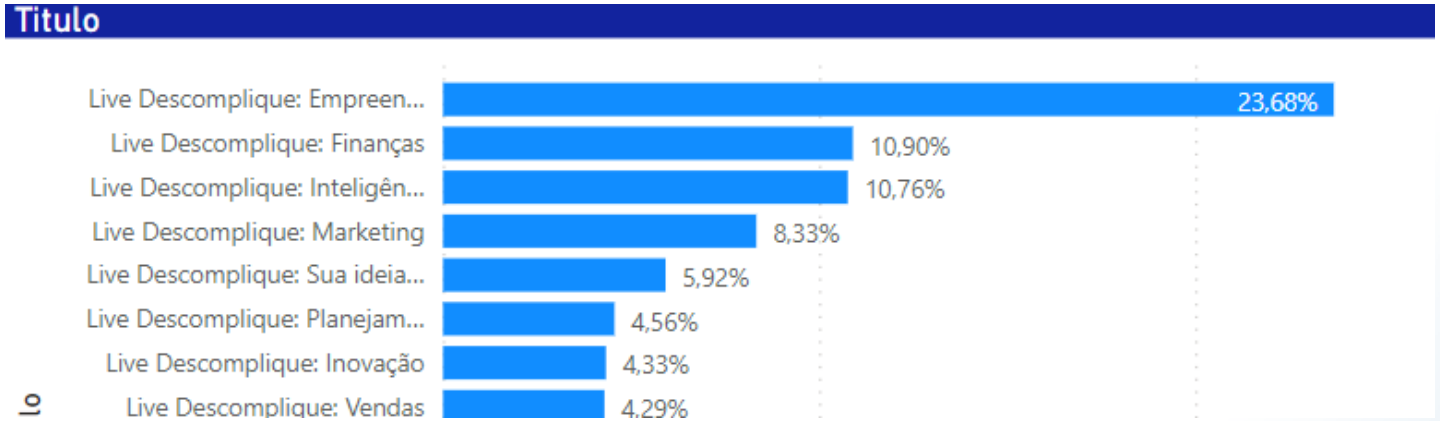
- Durante a pandemia o canal de atendimento por vídeo chamada aumentou significativamente..

Video Chamada 2022

Instrumento	%
Oficina	71,70%
Palestra	13,85%
Cursos a Distância	9,07%
Consultoria Presencial	3,90%
Consultoria a Distância	0,41%
Cursos Presenciais	0,33%
Orientação Técnica Presencial	0,31%

Familia	%
Descomplique;Empreenda Rápido	85,66%
Empreenda Rápido	4,77%
Empreenda Rápido;Ensino À Distância	4,56%
Soluções Sebrae Responde	2,00%
Sebrae Live	1,48%
Empreenda Rápido;Sebrae Live	0,41%
Sebrae Delas	0,34%

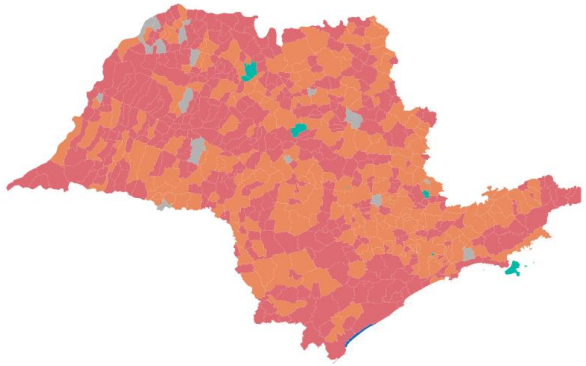
AreaConhecimento	%
Empreendedorismo	28,79%
Marketing e Vendas	19,50%
Serviços Financeiros e Contábeis	19,37%
Planejamento Empresarial	11,59%
Recursos Humanos	11,34%
Inovação	4,82%
Políticas Públicas	4,03%
Gestão da Produção e Qualidade	0,39%



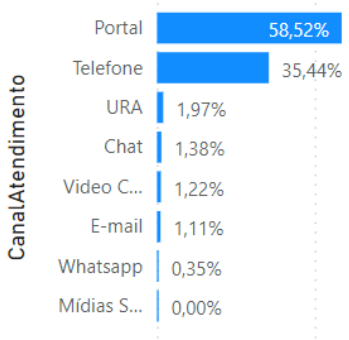
Mapa Digital

2019

Taxa População Digital 2019

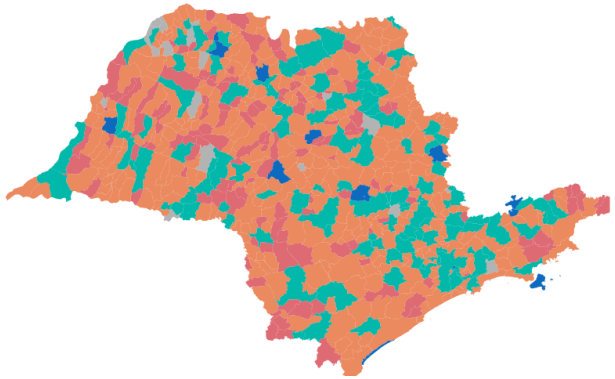


Total por CanalAtendimento

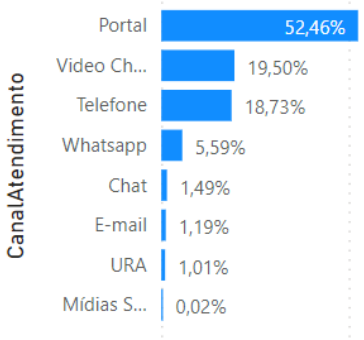


2020

Taxa População Digital 2020

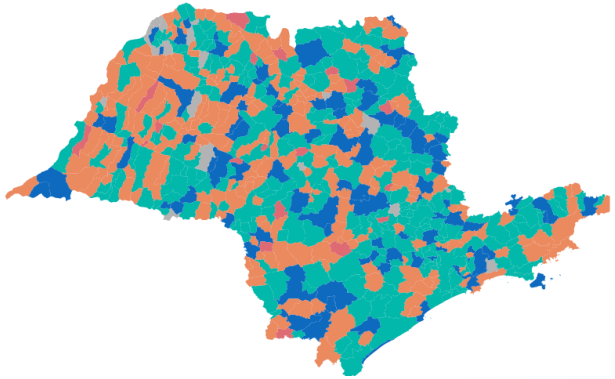


Total por CanalAtendimento

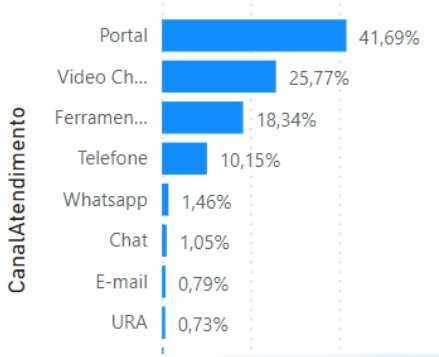


2021

Taxa População Digital 2021



Total por CanalAtendimento



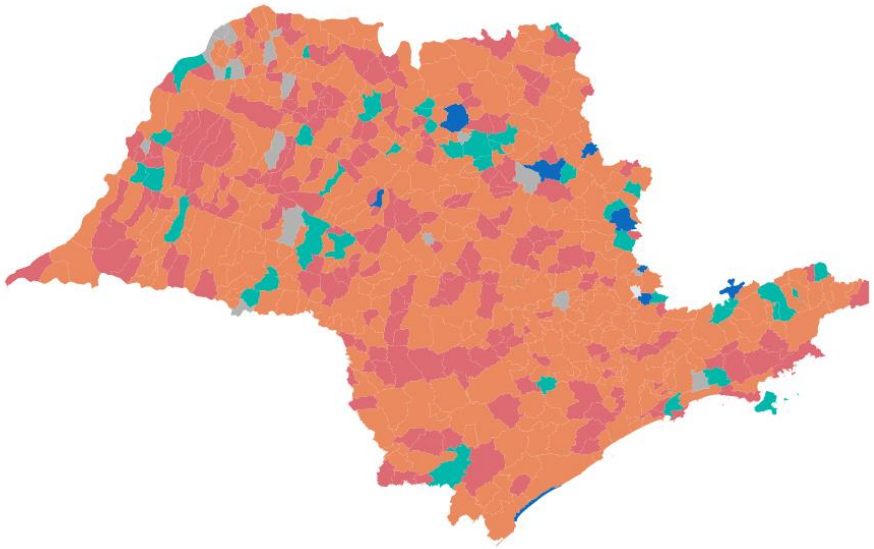
Mapa Digital

Consumo Digital / População estimada

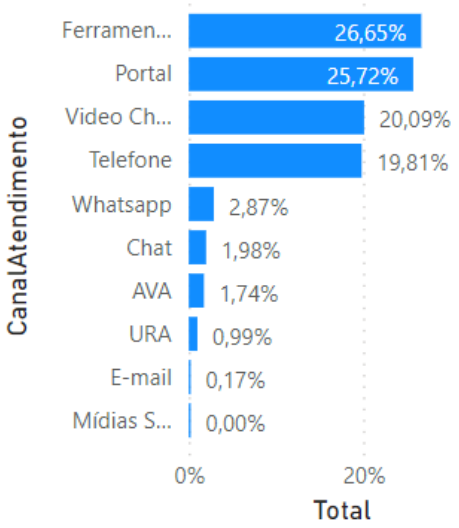
2022

Cidade	2022
Monte Alegre do Sul	5,215%
São Bento do Sapucaí	4,195%
Cássia dos Coqueiros	4,192%
Ilha Comprida	3,670%
Pinhalzinho	3,600%
Águas de Lindóia	3,589%
São João da Boa Vista	3,399%
Bebedouro	3,315%
São Simão	3,055%
Uru	3,036%
Assis	2,938%
Rifaina	2,912%
Santa Rosa de Viterbo	2,912%
Pedra Bela	2,897%
Severínia	2,871%
Ilha Solteira	2,811%
Monteiro Lobato	2,768%
Cajobi	2,756%
Salto de Pirapora	2,691%
Tarumã	2,674%
Monte Alto	2,627%
Ilhabela	2,579%
Paraíso	2,525%
Iporanga	2,524%
Divinolândia	2,517%

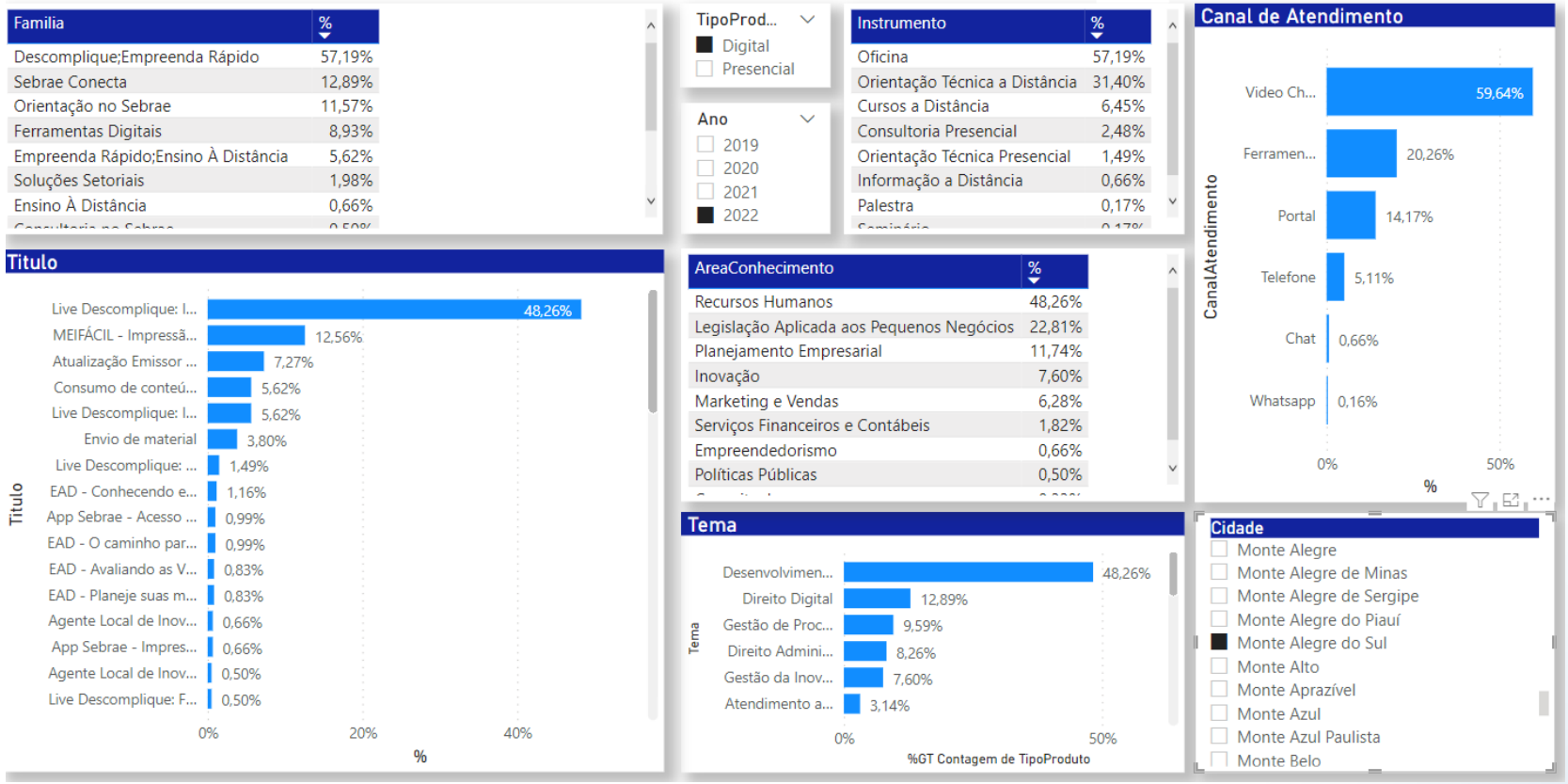
Taxa População Digital 2022



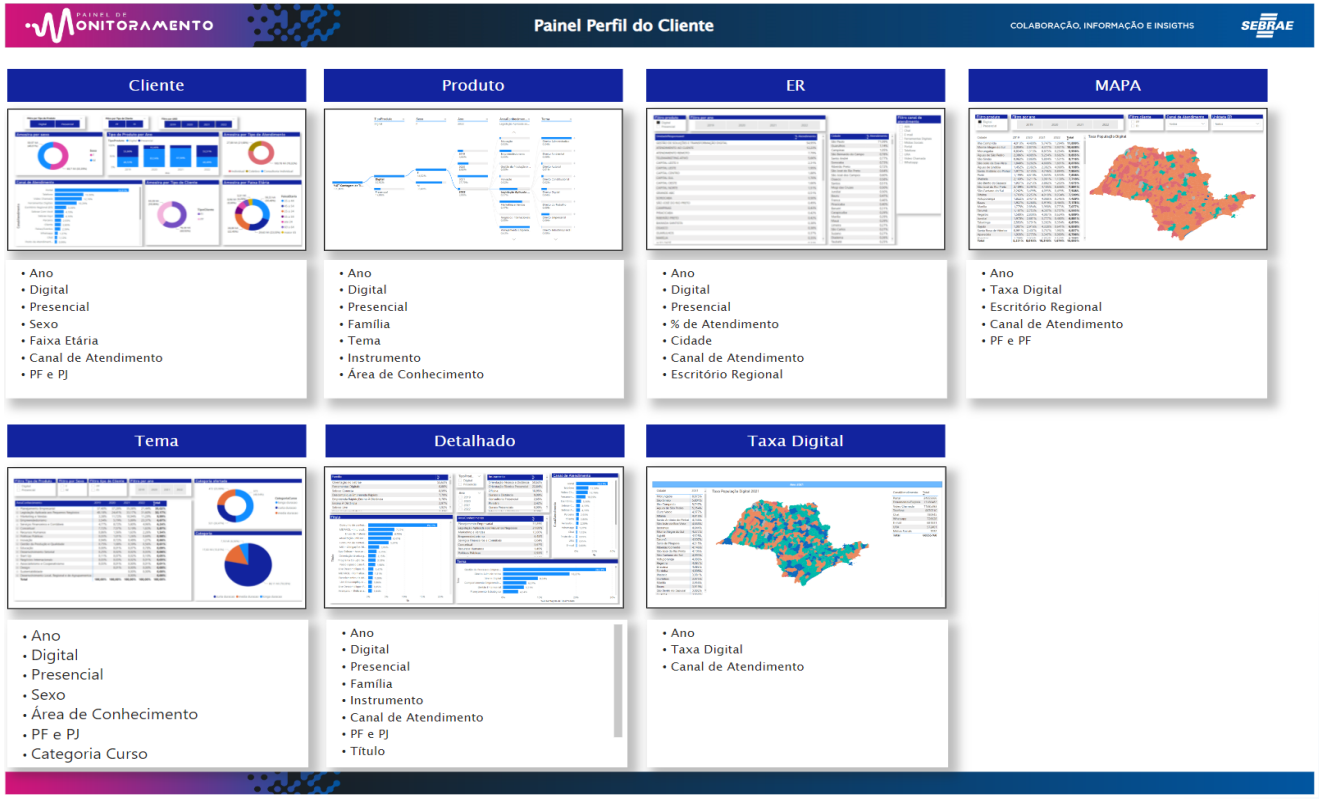
Total por CanalAtendimento



Painel Digital Monte Alegre do Sul



Painel Digital



Para conhecer mais

- Painel Digital

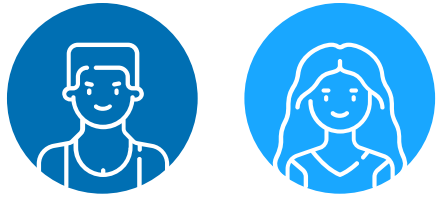
Análise Atendimentos

Perfil & Comportamento

Quem são nossos clientes?

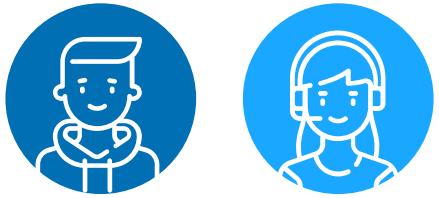
Análise exploratória dos dados de atendimentos realizados de 2018 a 2022.

NPS por gênero



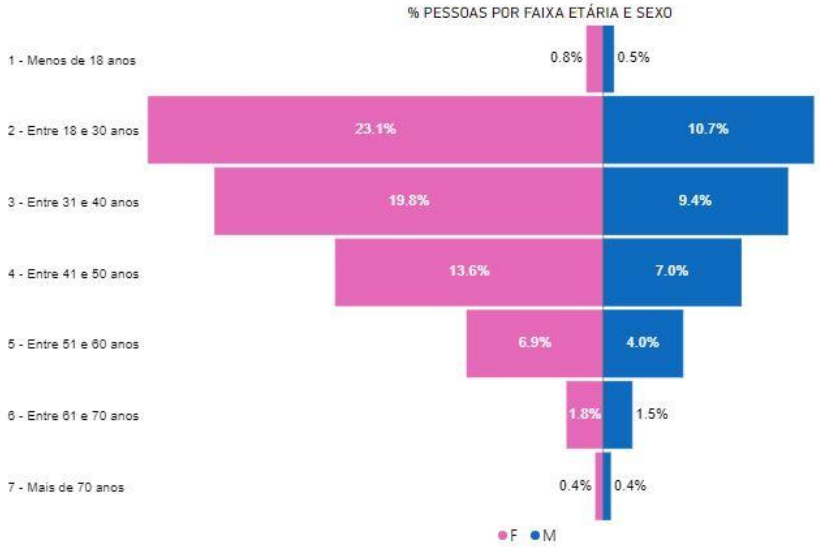
33,5% 66,5%

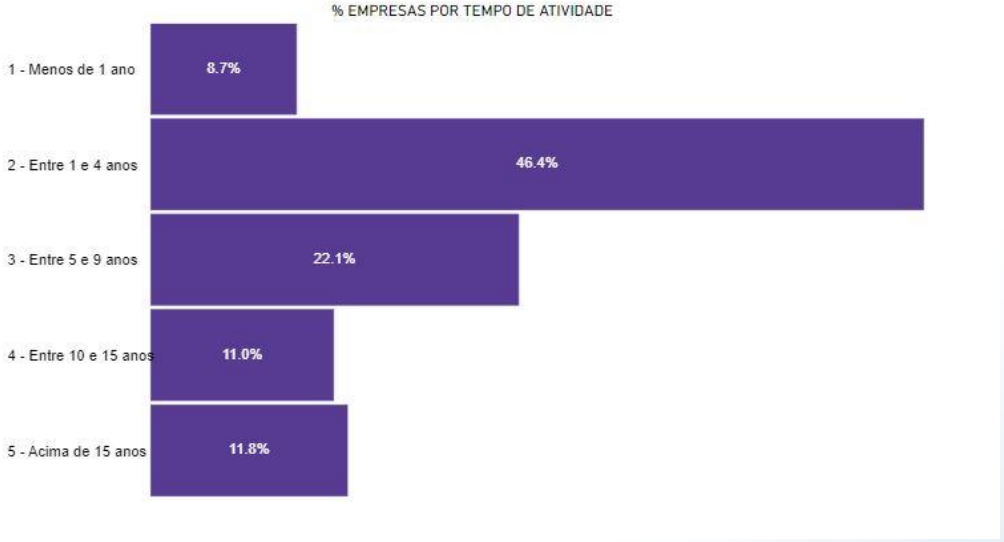
NPS por tipo de cliente

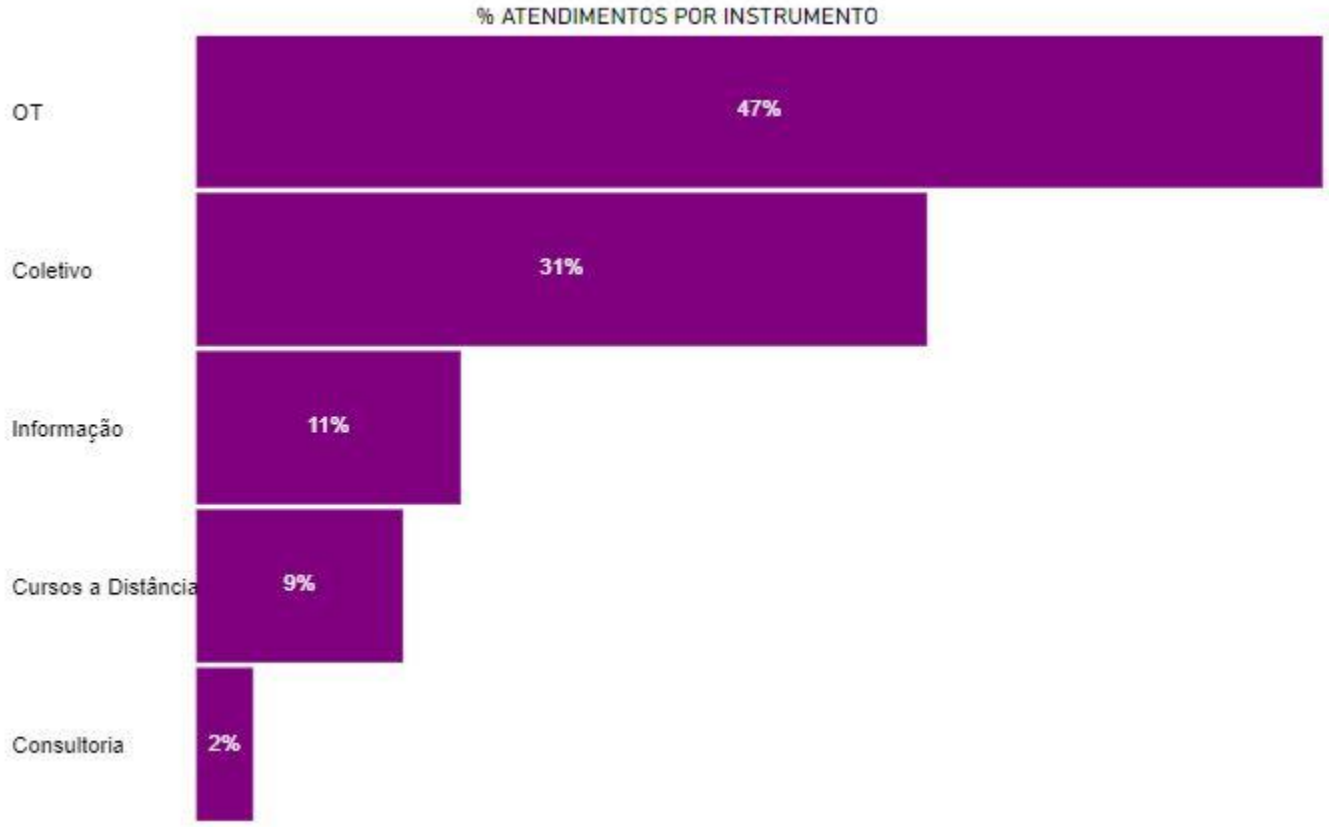


Pessoa Física **43,8%**

Pessoa Jurídica **56,2%**


% PESSOAS POR FAIXA ETÁRIA E SEXO
1 - Menos de 18 anos
0.8%
0.5%
2 - Entre 18 e 30 anos
23.1%
10.7%
3 - Entre 31 e 40 anos
19.8%
9.4%
4 - Entre 41 e 50 anos
13.6%
7.0%
5 - Entre 51 e 60 anos
6.9%
4.0%
6 - Entre 61 e 70 anos
1.8%
1.5%
7 - Mais de 70 anos
0.4%
0.4%
F
M


% EMPRESAS POR TEMPO DE ATIVIDADE
1 - Menos de 1 ano
8.7%
2 - Entre 1 e 4 anos
46.4%
3 - Entre 5 e 9 anos
22.1%
4 - Entre 10 e 15 anos
11.0%
5 - Acima de 15 anos
11.8%


% ATENDIMENTOS POR INSTRUMENTO
OT
47%
Coletivo
31%
Informação
11%
Cursos a Distância
9%
Consultoria
2%

Cliente Médio

Mulher – **66,5%**

18 a 30 anos – **30%**

Empresária – **56%**

1 a 4 anos de atuação – **46%**

OT & coletivos – **78%**

Evasão & No-Show

Atualização e extrapolação do estudo realizado em 2021.

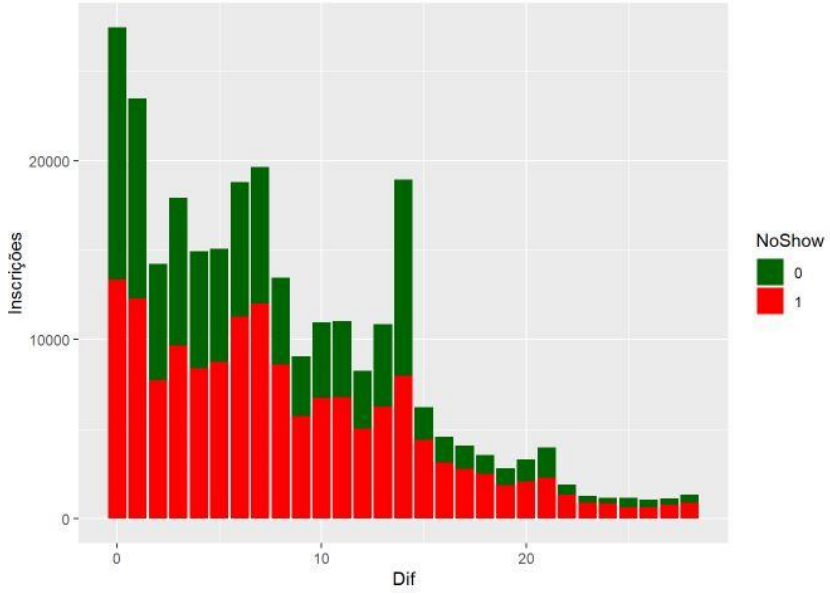
Critérios

- Turmas presenciais e remotas
- Concluídas
- Inscrições efetivas
- Com até 28 dias de antecedência
- Idades entre 14 e 86 anos
- Removidos feiras, JEPP e entrevista EMPRETEC

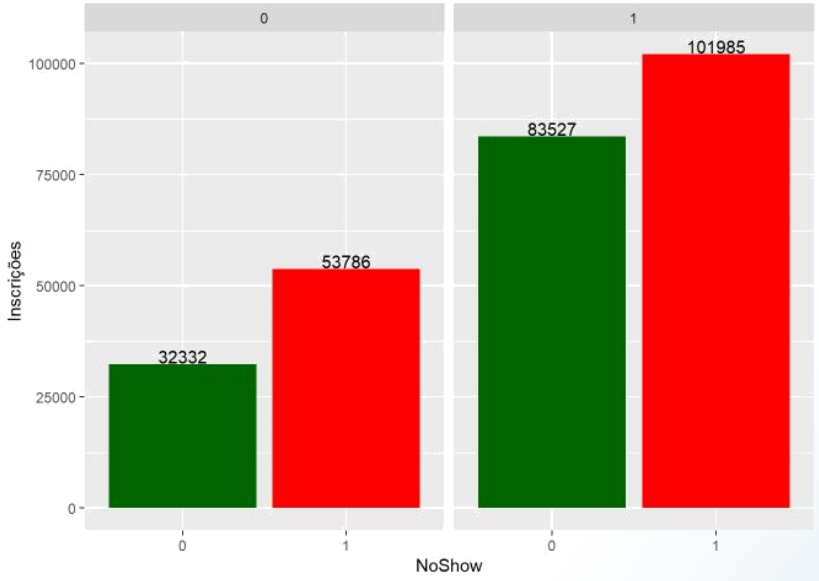
- **Variáveis estudadas:**
  - Tipo de Cliente – PF/PJ
  - Sexo
  - Idade
  - Canal de Inscrição
  - Período – manhã/tarde/noite
  - Dia da Semana
  - Turmas Abertas/Restritas
  - Produto Sebrae/Terceiros
  - Diferença de datas
  - Instrumento
  - Carga Horária
  - Score clientes

Variáveis com maior influência na evasão

Diferença de datas



Turmas Abertas/Fechadas



01 dia

49% Remoto
41% Presencial

10 dias

63% Remoto
47% Presencial

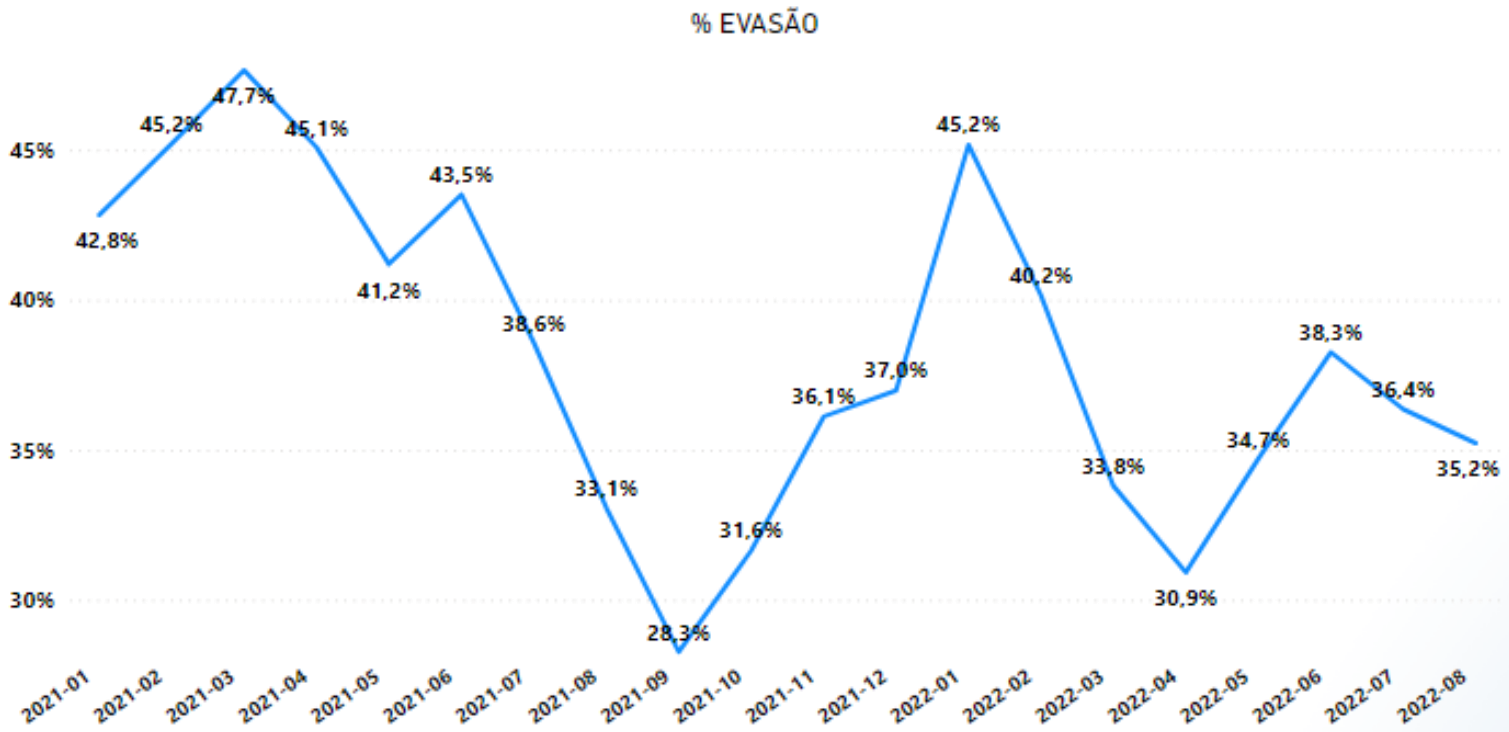
Turmas Abertas

62% Remoto
52% Presencial

Turmas Restritas

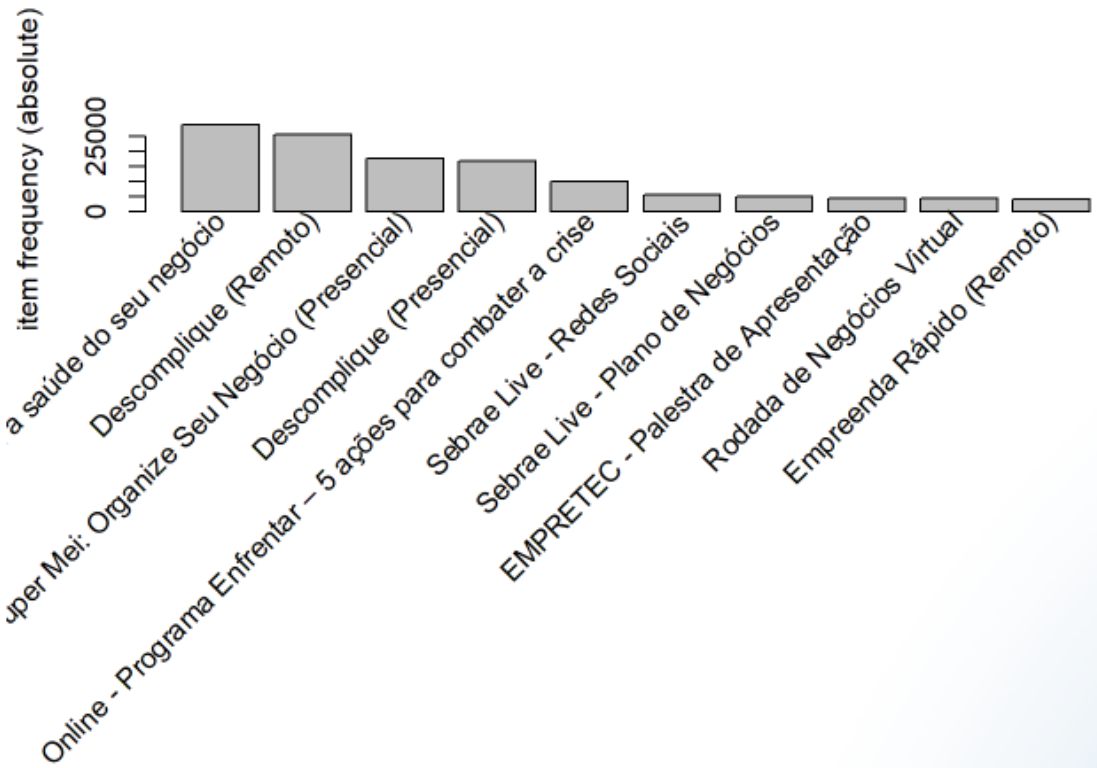
55% Remoto
42% Presencial

Evolução Mensal - Evasão



Análise de Componentes Principais

Análise por regras de associação realizada sobre base de concluintes de atendimentos coletivos, indicando que clientes que consumiram o produto X também consumiram os produtos Y, Z, K ...



Análise de Componentes Principais

Análise por regras de associação realizada sobre base de concluintes de atendimentos coletivos, indicando que clientes que consumiram o produto X também consumiram os produtos Y, Z, K e W.

Empretec Entrevista

- Empretec - Curso
- Empretec Workshop 21 Dias

Enfrentar: Negociação

- Enfrentar: Proteja O caixa da empresa
- Link Sebrae - Dicas para A saúde do seu negócio

Como anunciar no *Google Ads*

- Como criar uma conta empresarial no Facebook
- Como criar uma conta empresarial no Instagram
- Como fazer vídeos para as redes sociais
- Como anunciar no Facebook e Instagram

Sebrae *Live* - Datas Comemorativas

- Sebrae Live - Plano de negócios
- Sebrae Live - Empreendedorismo
- Sebrae Live - Redes Sociais

Próximos passos

- Incluir De-Para do novo portfólio
- Testar agrupamentos no modelo
- Painel Sugestão
- Perfil clientes x Produto
- Painel Clientes x Sugestão
- Estrutura para rodar modelos

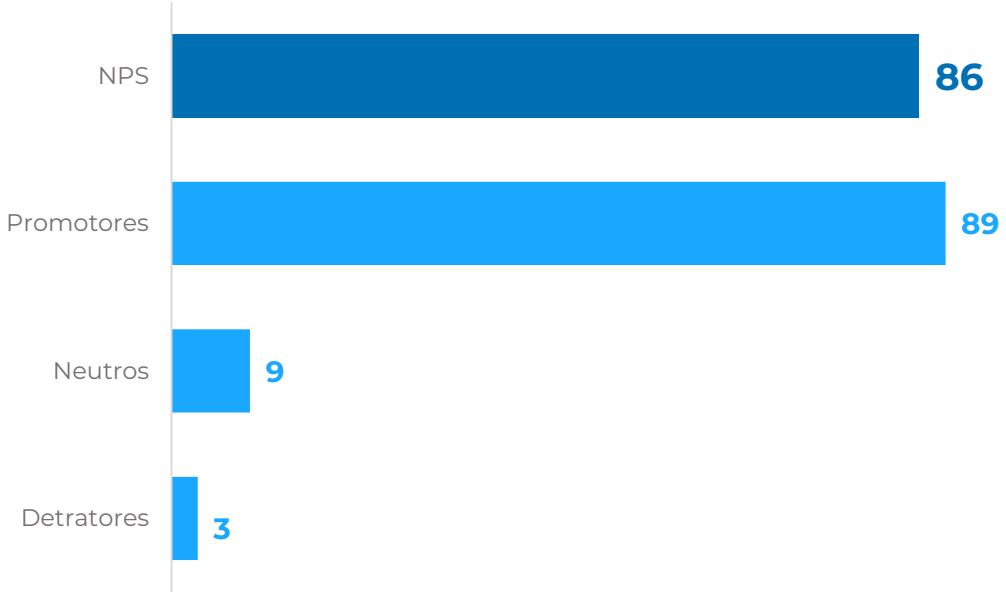
SEBRAE

dados e pesquisas
Sebrae-SP

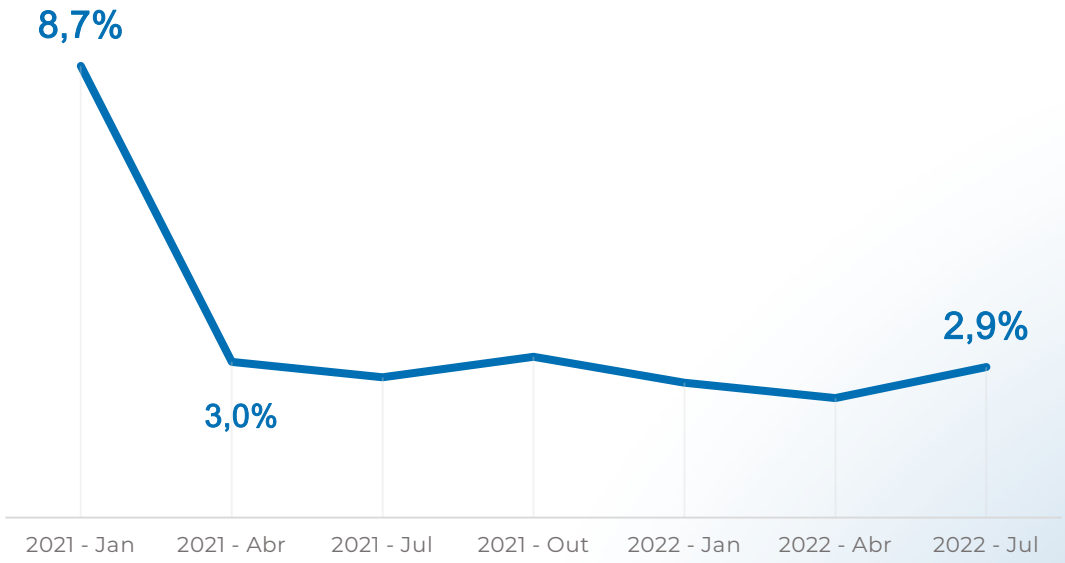
Estudo NPS

NPS

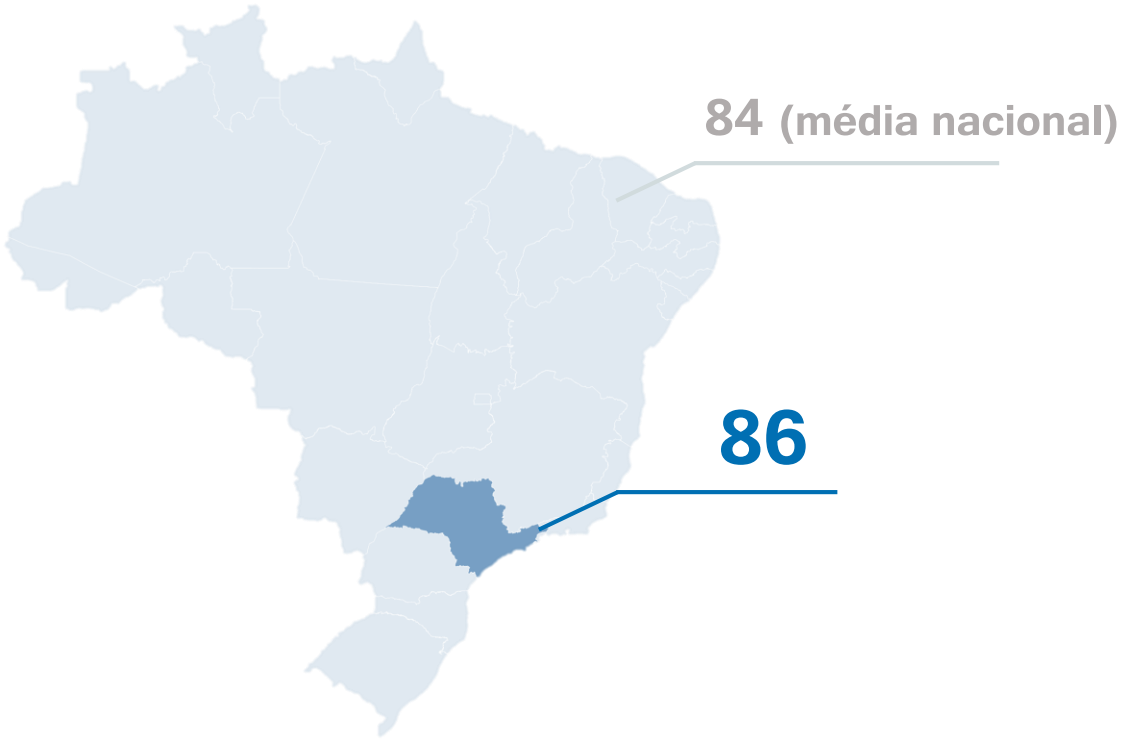
Visão Geral



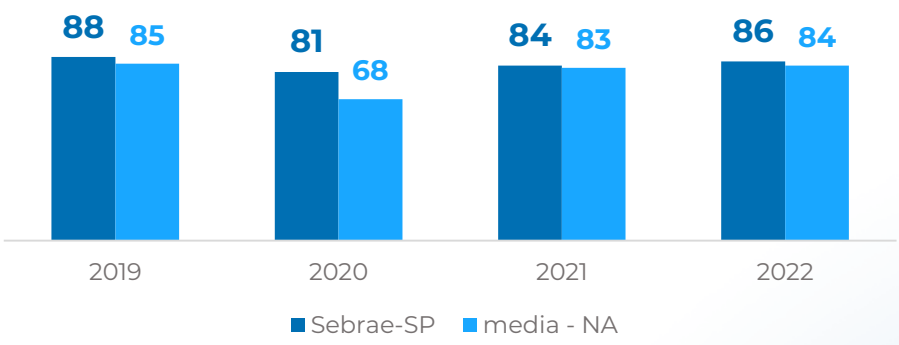
Evolução dos Detratores



NPS médio nacional e em São Paulo



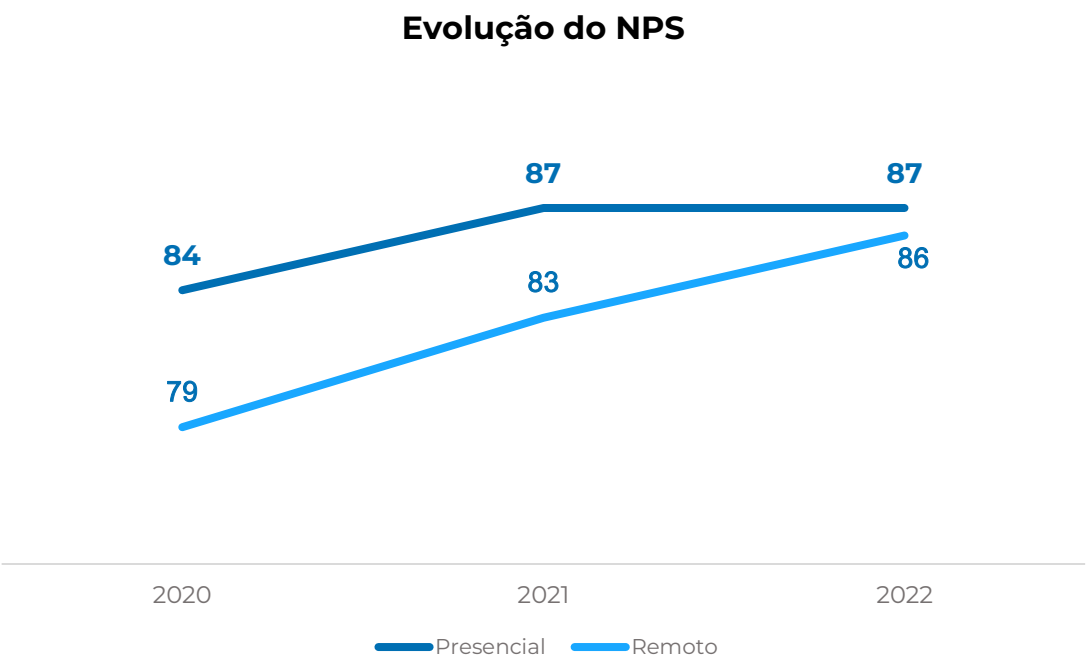
Histórico de evolução NPS Sebrae-SP vs NA

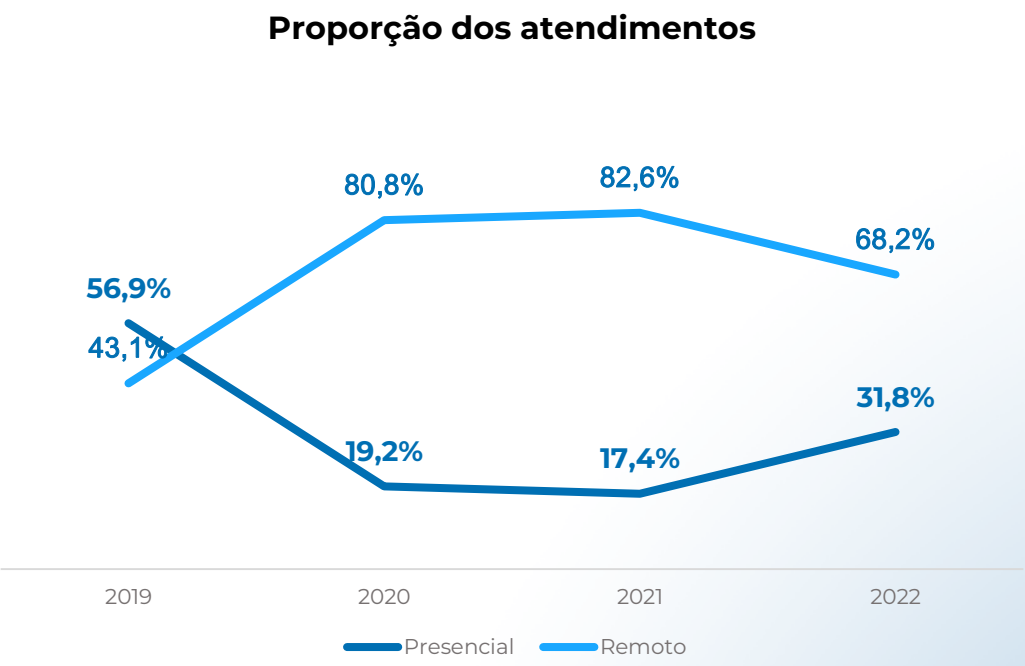


Ranking do Sebrae-SP no Sistema Sebrae

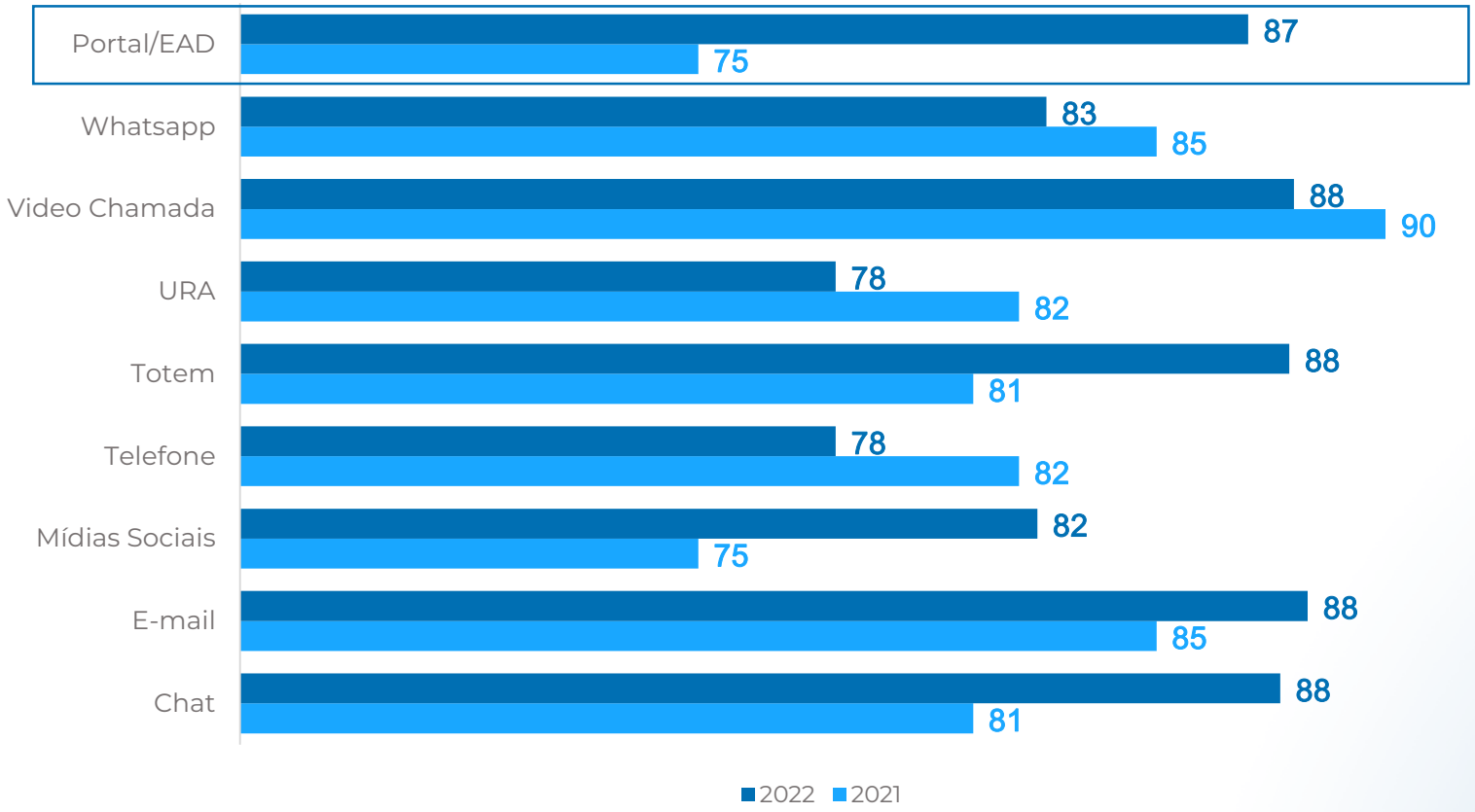
Fonte: SME (Sistema de Monitoramento Estratégico – Sebrae NA)
* A fonte do dado de 2019 é a pesquisa NA SAE. A partir de 2020 a pesquisa utilizada é Binds.

NPS – Presencial x Remoto



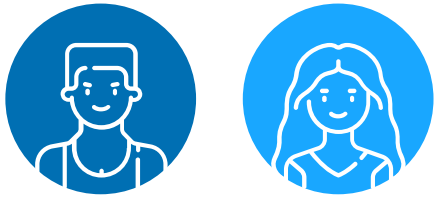


NPS dos canais de remoto



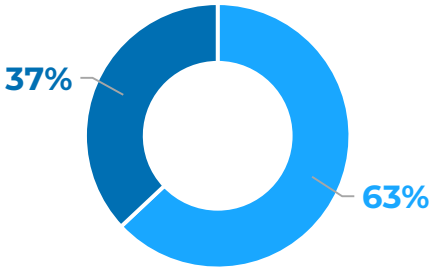
Perfil do Cliente

NPS por gênero

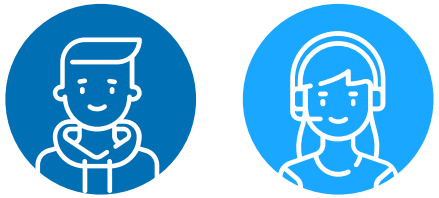


84 87

Proporção da amostra



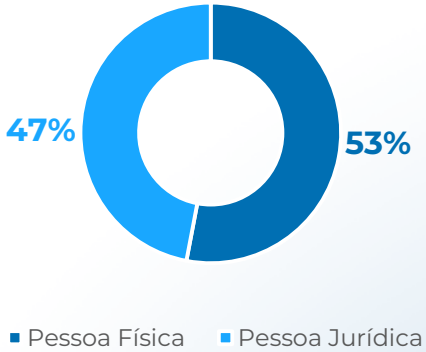
NPS por tipo de cliente



Pessoa Física **86**

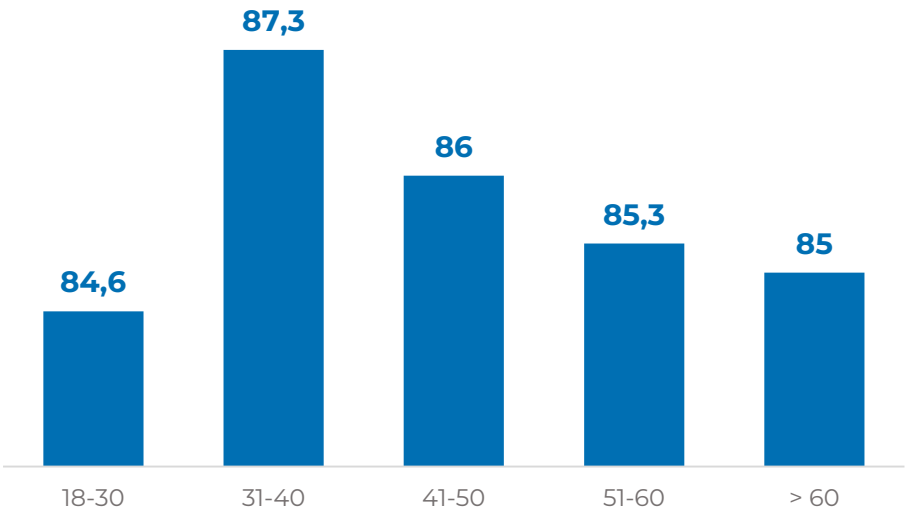
Pessoa Jurídica **86**

Proporção da amostra

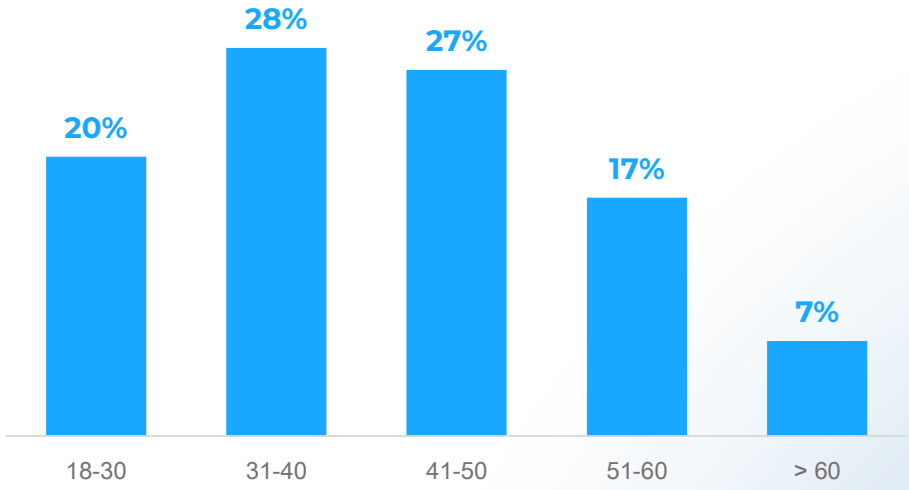


Perfil do Cliente

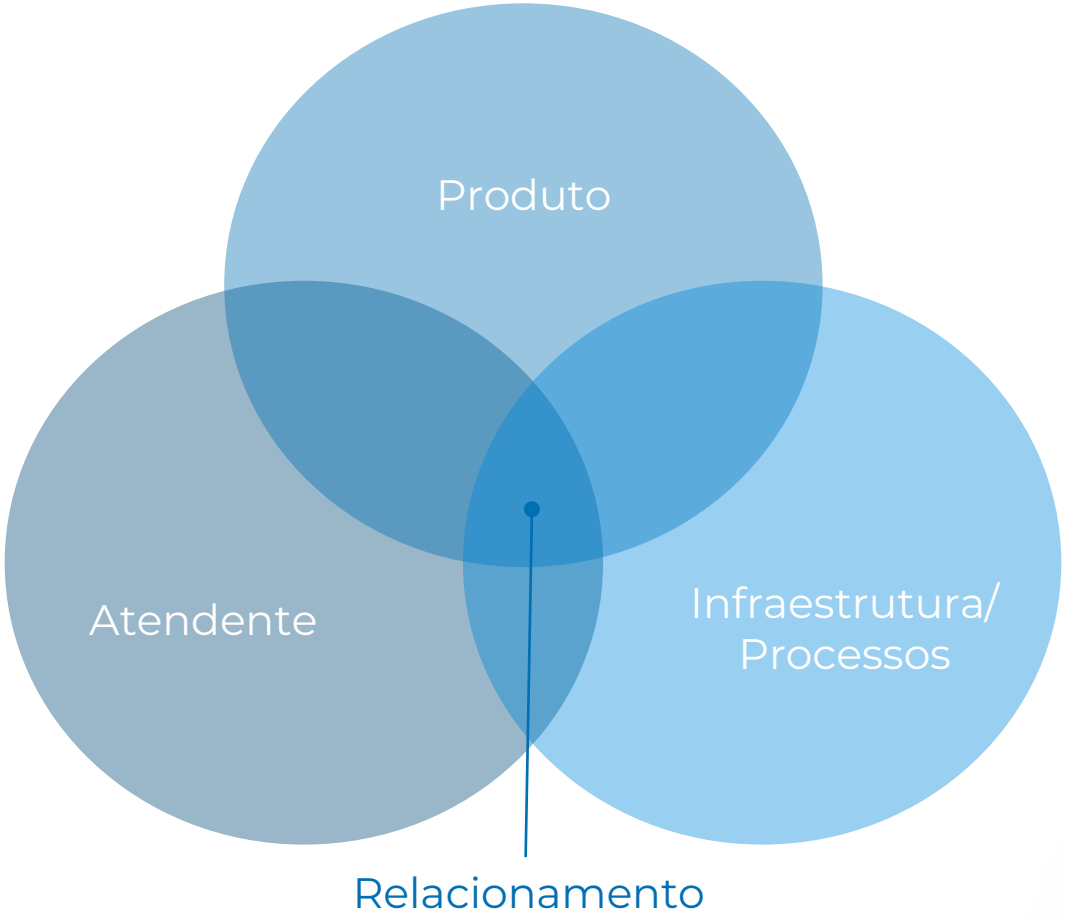
NPS por faixa de idade do cliente



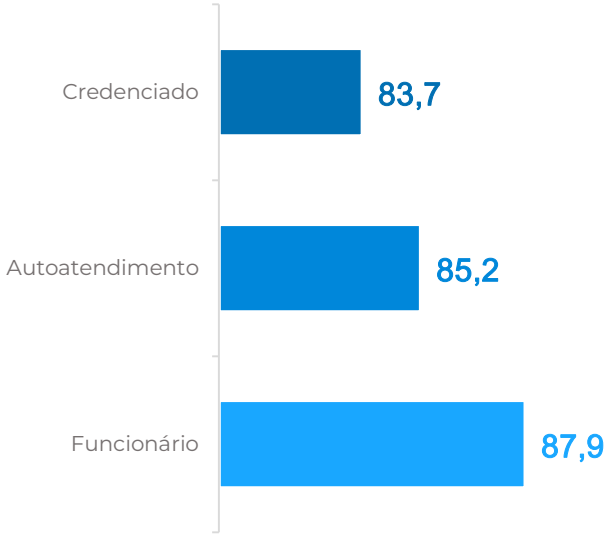
Proporção da amostra

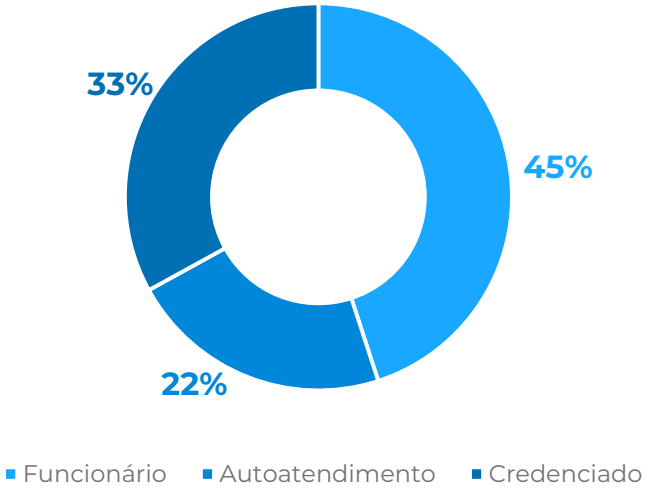


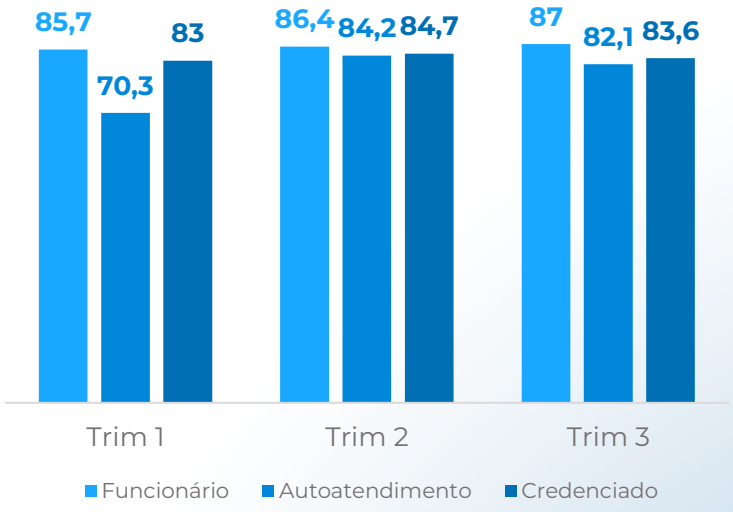
Como analisar o NPS



NPS e Atendente







NPS e Produto

86,7

Alto Impacto

85,4

Baixo Impacto

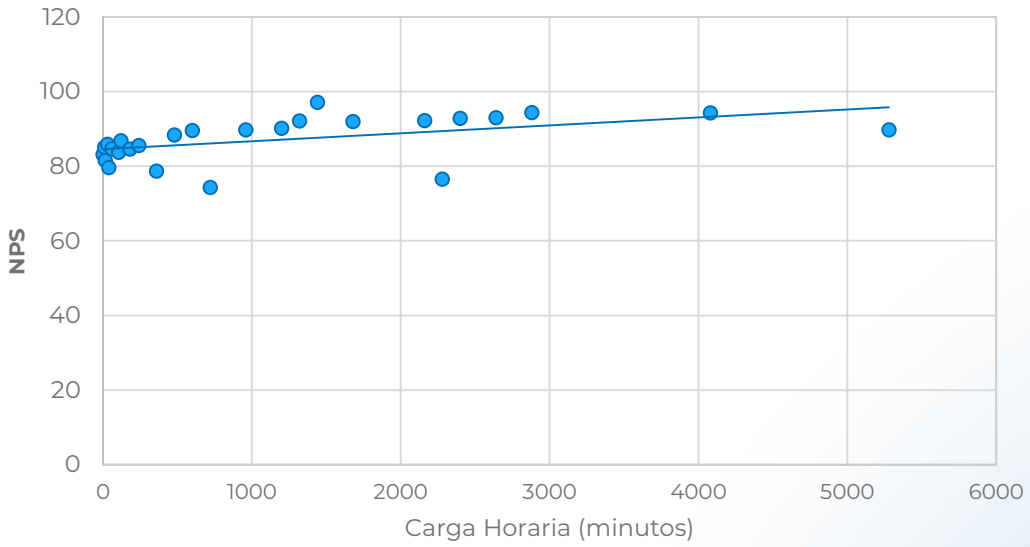
88,7

Inovação

89,1

Iniciativas de Resultado

Correlação entre carga horária produto e NPS

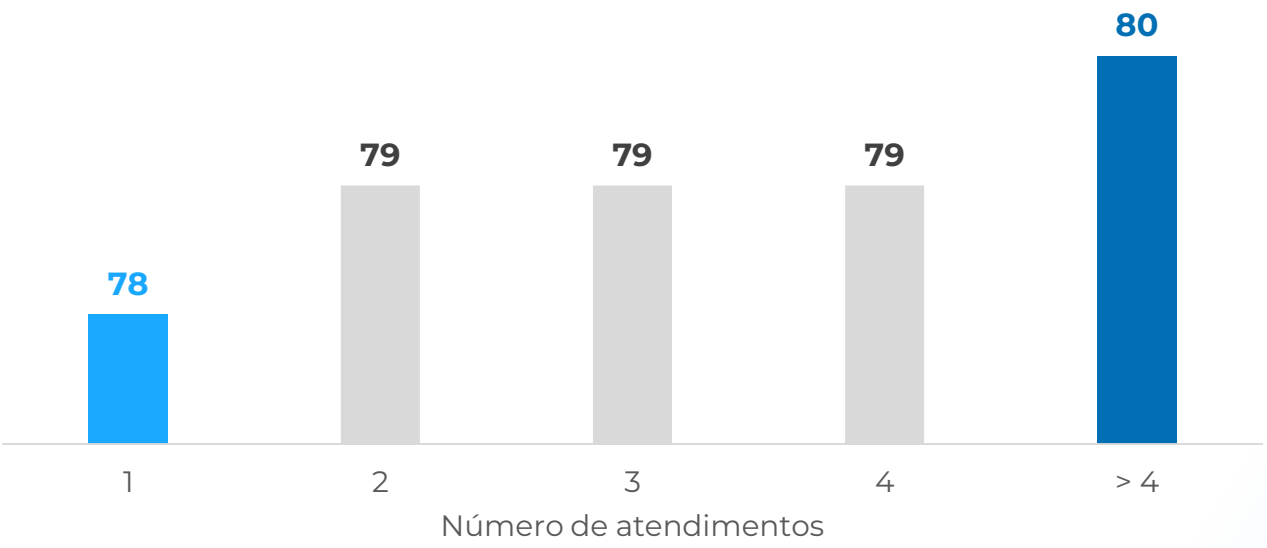


Correlação moderada: **50%**

Existe correlação entre a carga horária do produto e qualidade

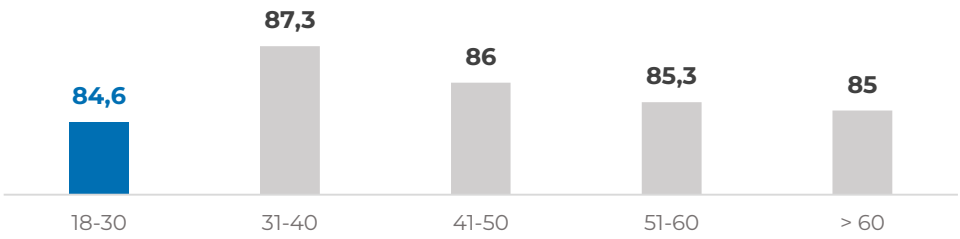
NPS e Relacionamento

Relação entre NPS e recorrência de atendimentos do cliente



NPS e Infraestrutura e Processos

NPS por faixa de idade



Detratores por Instrumento de atendimento

Instrumento	Detratores	Amostra
Cursos a Distância	2,3%	30,11%
Oficina	3,4%	26,46%
Orientação Técnica Presencial	4,3%	16,30%
Orientação Técnica a Distância	3,6%	15,21%
Cursos Presenciais	1,4%	7,65%
Palestra	3,0%	3,48%
Consultoria Presencial	1,3%	0,69%
Consultoria a Distância		0,36%
Missão/Caravana	2,8%	0,17%
Seminário	2,7%	0,16%
Rodada de Negócios		0,01%
Feira	100,0%	0,00%
Orientação Técnica à Distância		0,00%

Voz do cliente

"Completa falta de organização."

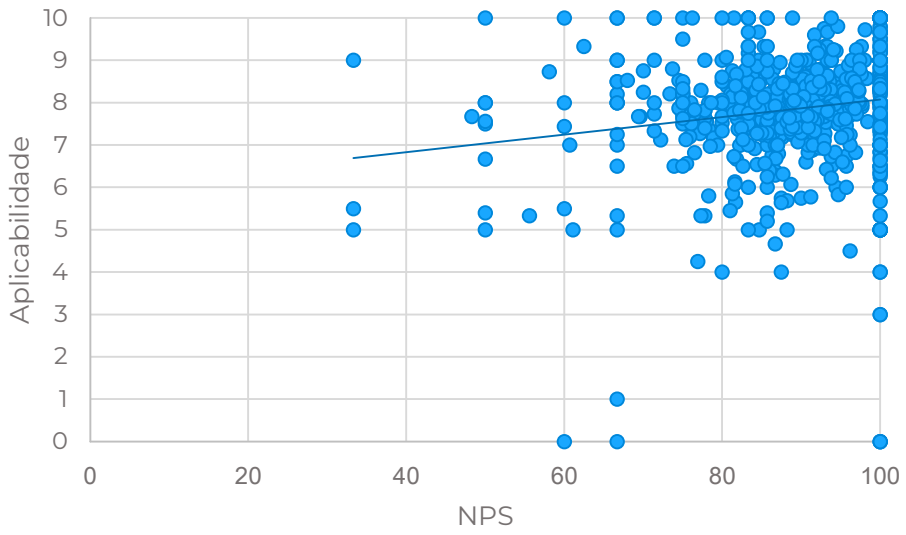
"Desorganização."

"A plataforma tem muitos erros, e-mail chegando na data errada. Link das aulas não funcionava. Não ficou claro como seria o recebimento da bolsa falta informações e atendimento às necessidades."

"Bom dia! Fica aqui minha indignação sobre o curso. Realizei o curso, e não recebi meu benefício. Assim como várias outras pessoas também passou por isso. Além do conhecimento, estávamos contato com o dinheiro. Entramos em contato com o Sebrae e nunca tem"

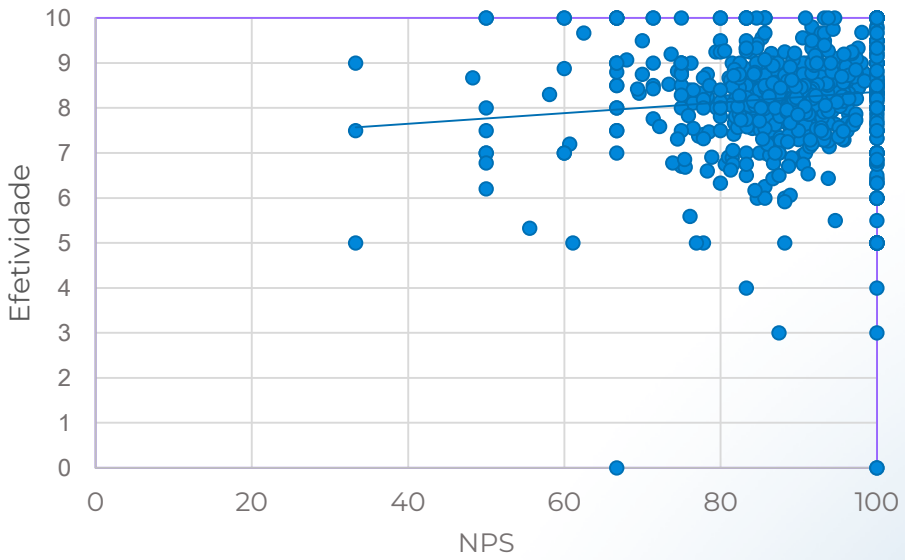
Relação entre NPS, Aplicabilidade e Efetividade do Produto

Correlação entre Aplicabilidade e NPS



Correlação: **13%** (baixa)

Correlação entre Efetividade e NPS



Correlação: **10**% (baixa)

Pode-se dizer que a aplicabilidade do produto explica 13% da nota atribuída ao NPS e que a efetividade explica 10%.

Exemplo de análise do NPS

Ponto de partida da análise

TipoIniciativa	indAplicabilidade	indEfetividade	NPS	Detratores	Amostra
ALI BRASIL MAIS	8,27	8,49	100,0		0,02%
Empreenda Rápido	8,04	8,27	88,7	2,0%	3,07%
Balcão (Presencial e Digital)	7,68	8,03	85,7	2,6%	93,42%
	7,72	7,85	84,2	3,0%	0,77%
Projeto Especial	8,30	8,97	93,2	0,8%	0,30%
Setorial/Vocacional	7,77	8,19	90,6	1,4%	2,43%
Total	**7,70**	**8,05**	**85,9**	**2,6%**	**100,00%**

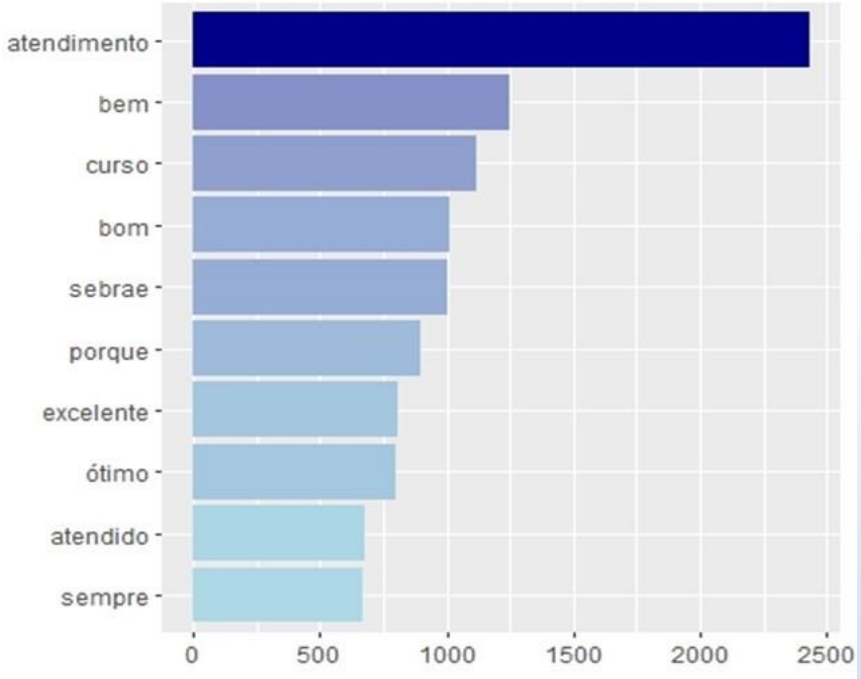
Utilizando os indicadores disponíveis de produto

NPS / Aplicabilidade / Efetividade

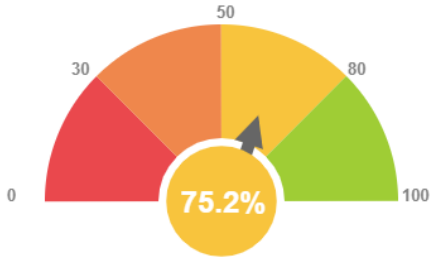
TipoIniciativa	indAplicabilidade	indEfetividade	NPS	Detratores	Amostra
ALI BRASIL MAIS	**8,27**	**8,49**	**100,0**		**0,02%**
Empreenda Rápido	**8,04**	**8,27**	**88,7**	**2,0%**	**3,07%**
N/A	**7,68**	**8,03**	**85,7**	**2,6%**	**93,42%**
	8,09	8,39			
Consultoria a Distância	7,30	7,76	87,5	1,3%	0,09%
Consultoria Presencial	7,97	8,18	89,5	1,5%	1,64%
Cursos a Distância	7,88	8,10	89,5	1,9%	12,94%
Cursos Presenciais	7,87	8,26	90,6	1,1%	6,22%
Feira	7,93	7,86	57,1	14,3%	0,01%
Missão/Caravana	8,17	9,09	88,0	1,1%	0,21%
Oficina	7,48	7,92	86,2	2,1%	24,61%
Orientação Técnica a Distância	7,77	8,18	83,4	3,3%	16,13%
Orientação Técnica Presencial			83,8	3,4%	29,94%
Palestra	7,48	7,97	86,0	1,8%	2,65%
Rodada de Negócios	7,49	5,79	93,8		0,02%
Seminário	8,41	8,51	81,4	2,3%	0,20%
PDL/APL	**7,72**	**7,85**	**84,2**	**3,0%**	**0,77%**
Projeto Especial	**8,30**	**8,97**	**93,2**	**0,8%**	**0,30%**
Setorial/Vocacional	**7,77**	**8,19**	**90,6**	**1,4%**	**2,43%**
Total	**7,70**	**8,05**	**85,9**	**2,6%**	**100,00%**

Avaliando a voz do cliente

Termos mais recorrentes

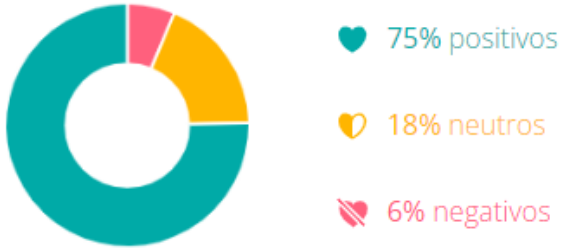


Score de sentimentos



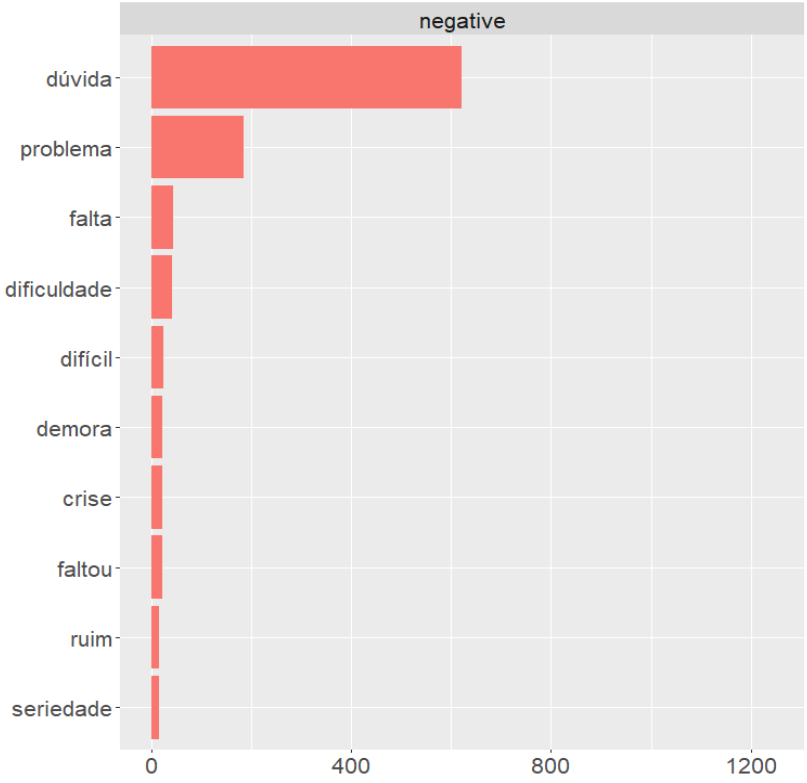
75.2% dos comentários são positivos

Classificação dos sentimentos

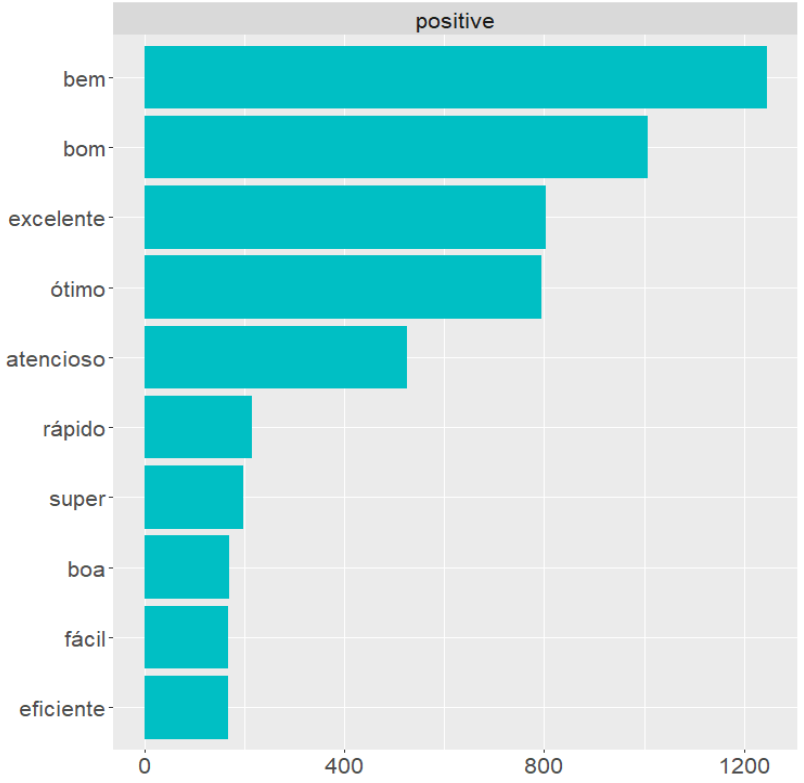


Análise semântica dos termos

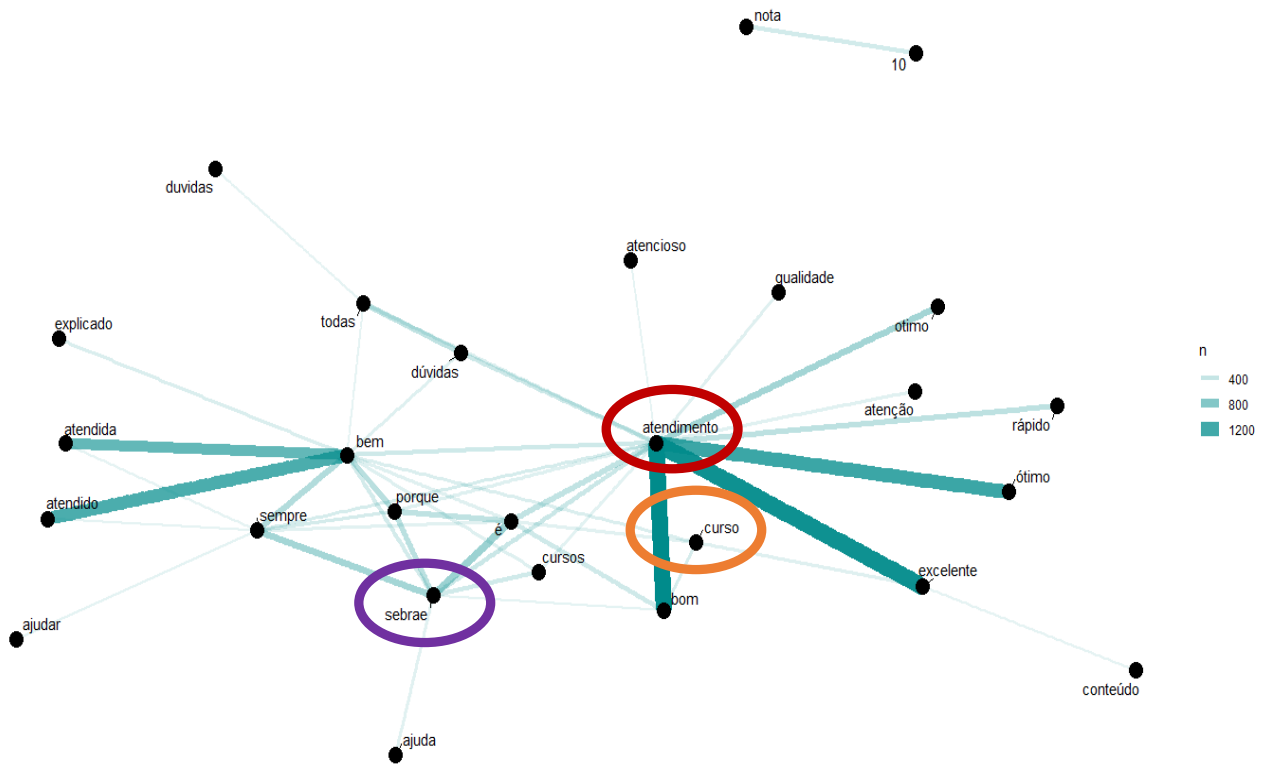
Termos negativos



Termos positivos



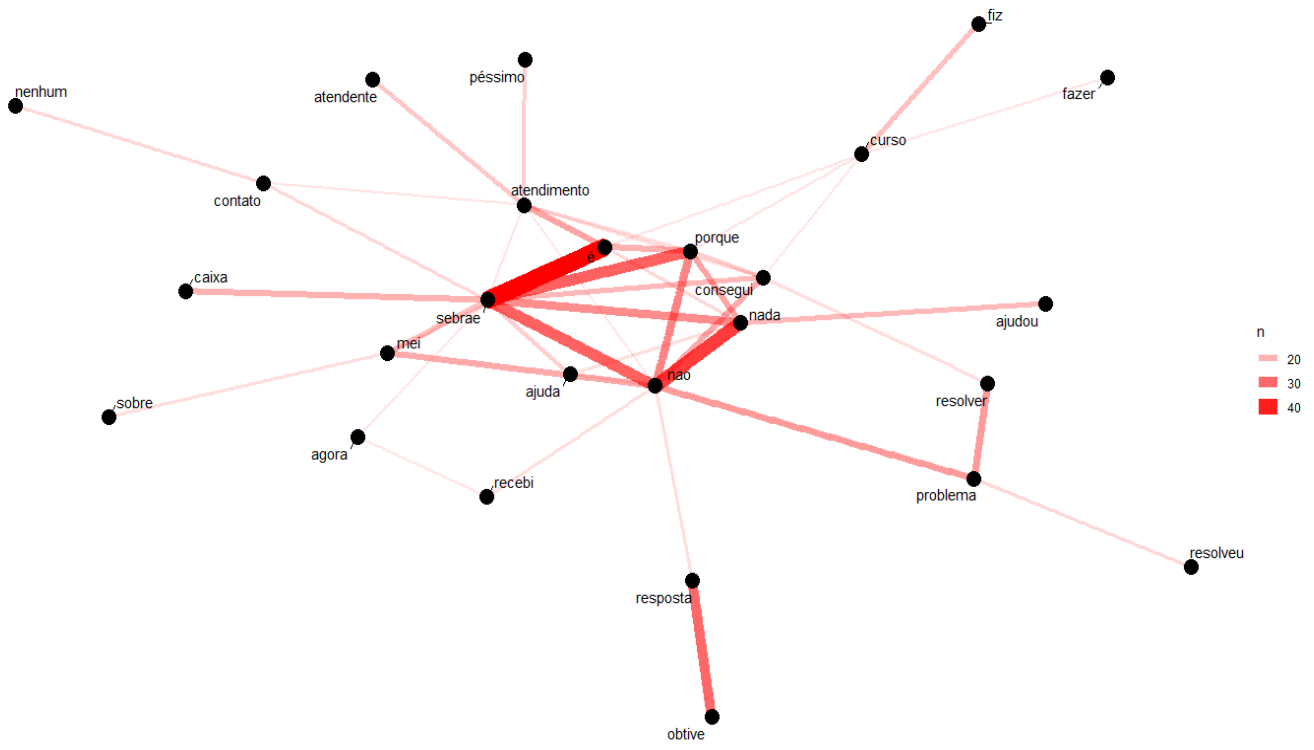
Avaliando os termos positivos



Entre os termos positivos com relações mais fortes pode-se destacar:

- Atendimento excelente
- Atendimento ótimo
- Bem atendido(a)
- Sebrae sempre bem atendido(a)
- Sebrae bom curso

Avaliando os termos negativos



Entre os termos negativos com relações mais fortes pode-se destacar:

- Sebrae não ajuda MEI
- Nada ajudou
- Não resolveu problema
- Sebrae nenhum contato
- Não obtive resposta

Insights finais

- O NPS é um indicador que deve ser analisado forma integrada;
  (Processos/ Infraestrutura, Relacionamento, Atendente, Produto)
- O relacionamento com o cliente parece ser uma componente forte para catalização do NPS;
- A reformulação da oferta digital tem impulsionado o NPS do Sebrae nos últimos 2 anos;
- A análise da voz do cliente se mostra como uma das mais importantes fontes para identificação das necessidades dos clientes para nortear as tratativas para adequação da oferta de serviços do Sebrae;

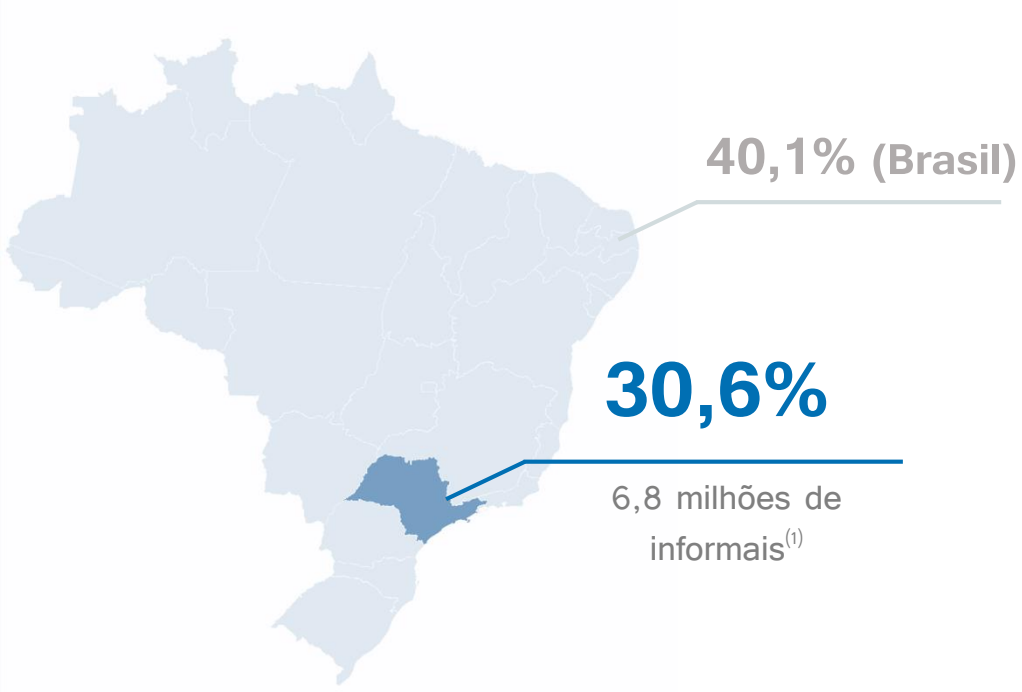
Formalização

SEBRAE

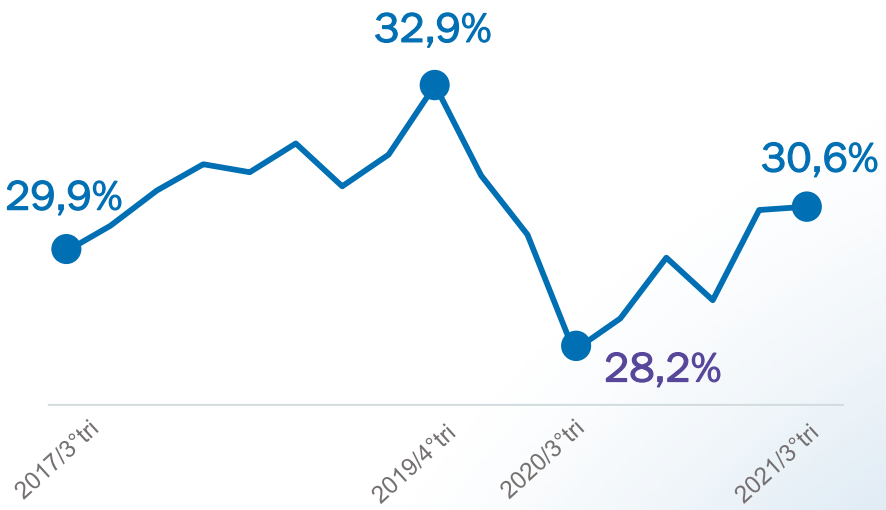
dados e pesquisas
Sebrae-SP

Estudo sobre cenário do empreendedorismo e informalidade e atuação do Sebrae para a formalização dos pequenos negócios paulistas.

Informalidade no Brasil e em São Paulo



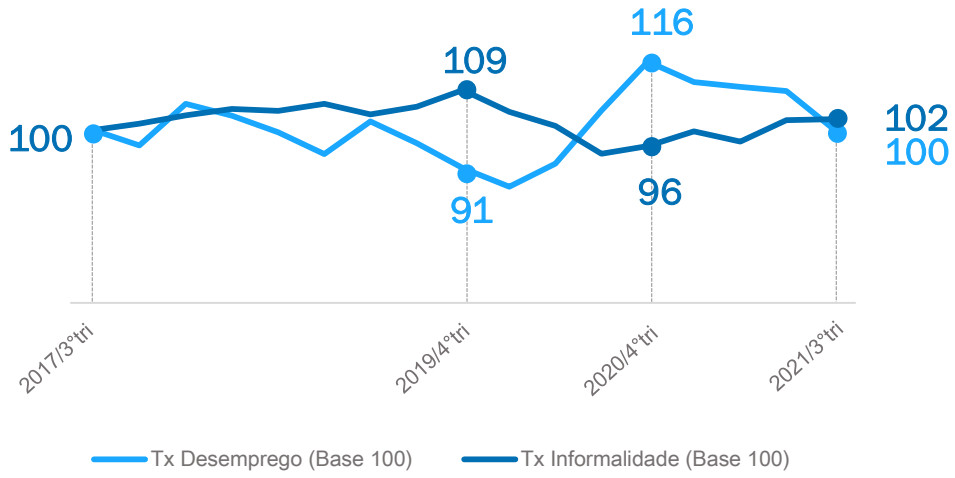
Taxa de informalidade no estado de São Paulo



Fonte: PNAD Contínua – 2021 – 3° trimestre
(1) Informais: população com mais de 14 anos de idade ocupada em atividade remunerada sem carteira assinada ou exercendo atividade empreendedora sem registro de CNPJ.

Informalidade e desemprego

Informalidade x Desemprego

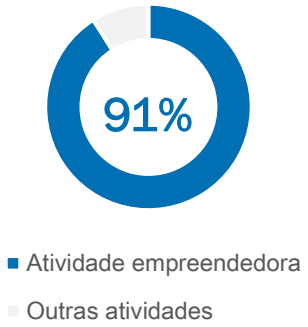


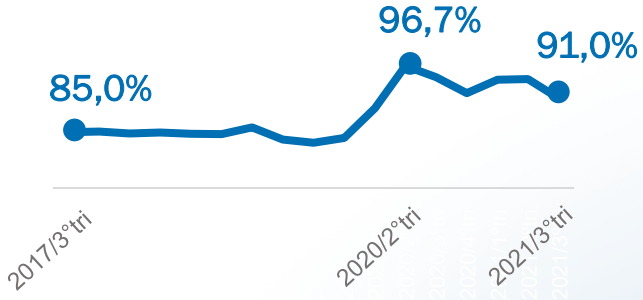
Do 1° tri de 2017 a 4° tri de 20219 observa-se uma redução na taxa de desemprego na mesma proporção do aumento da informalidade no mesmo período.

Com a flexibilização da quarentena, à partir do 4° tri de 2020, observa-se redução significativa do desemprego nos 3 trimestre subsequentes enquanto a informalidade cresce de forma mais tímida.

Fonte: PNAD Contínua - 2022

Proporção da atividade empreendedora entre os informais

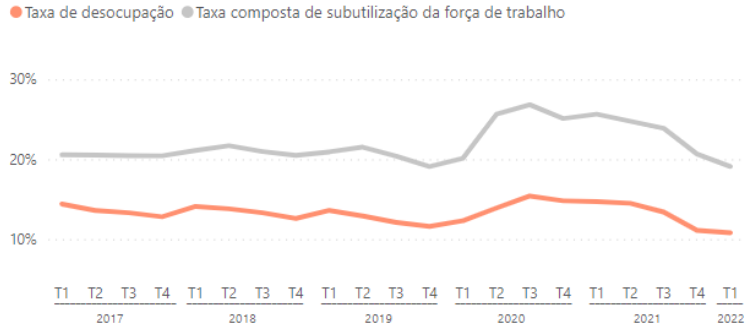




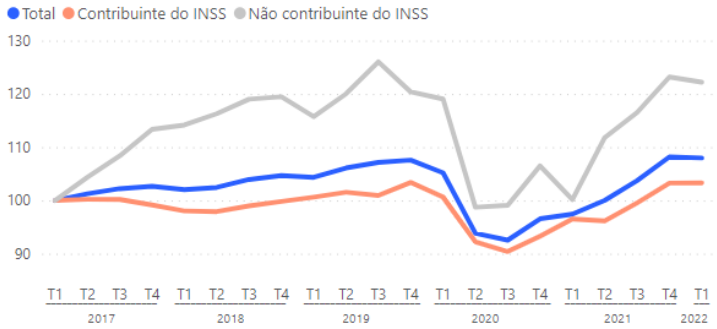
Durante o período mais intenso da pandemia e decreto do lockdown os trabalhadores sem carteira assinada foram mais impactados entre os informais e como consequência aumentando a proporção dos informais que exercem atividade empreendedora em busca de alternativa de emprego e renda.

Ocupação e Rendimento

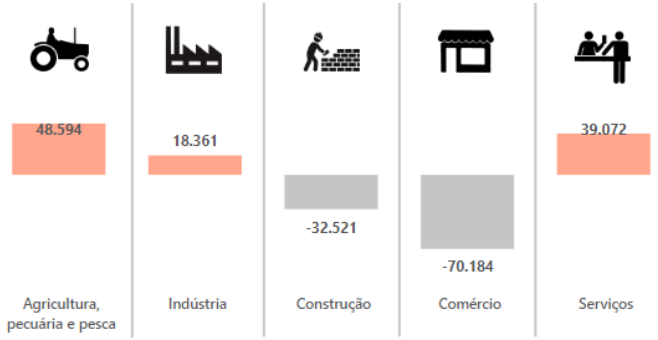
Taxa de desocupação e taxa de subutilização da força de trabalho (1)



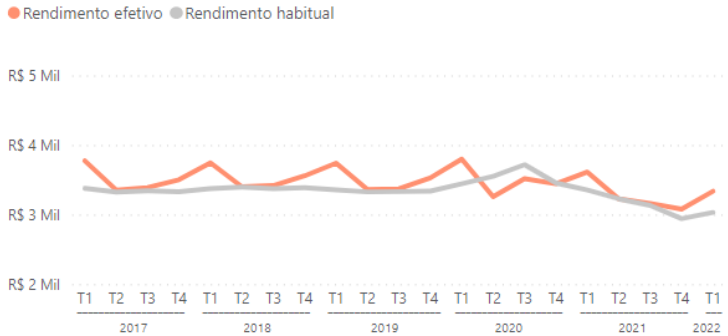
Evolução do índice de ocupação (Base: 1º trim.2017 = 100)



Variação absoluta da ocupação (trim. atual - trim. anterior)



Rendimento médio real (2)



No período mais intenso da pandemia, 2° e 3° tri de 2020, observa-se queda brusca nos níveis de ocupação, formal e informal, e aumento na subutilização das horas disponíveis para o trabalho. No entanto, desde o 1° tri de 2022 esses índices estão em plena recuperação.

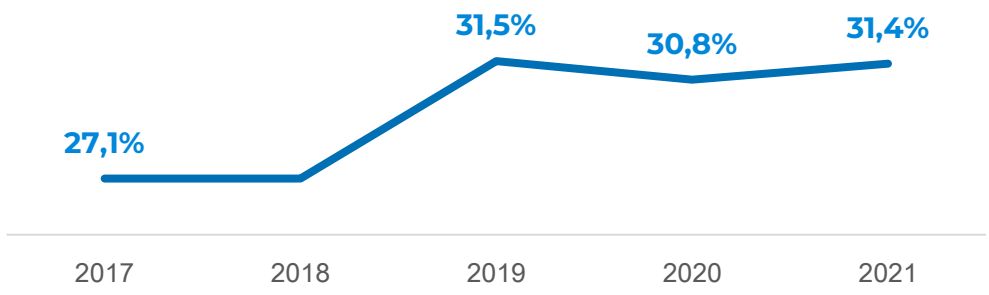
O setores mais impactados em relação a retomada das ocupações foram o comércio e a construção, setores bastante afetados em função das crescentes altas da taxa de juros.

Fonte: IBGE; Fundação Seade. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.
Nota: (1) Abrange desocupados e subocupados (pessoas disponíveis para trabalhar mas que não procuraram trabalho recentemente ou que trabalharam menos de 40 horas e declaram querer trabalhar mais). (2) A preços médios dos meses do 1º trimestre de 2022. Deflacionado pelo IPCA.

Empreendedorismo

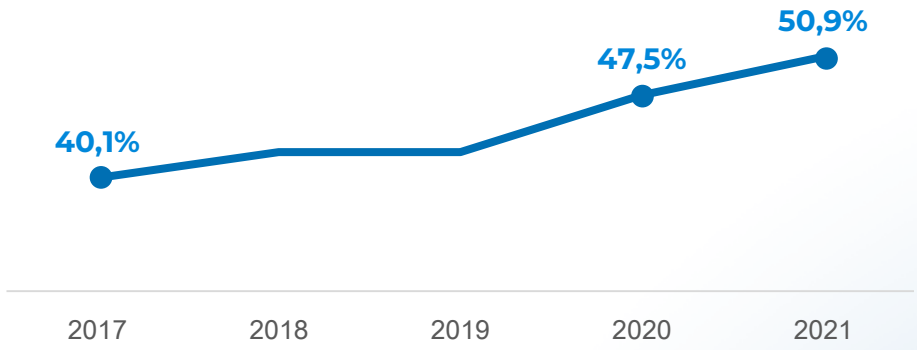
Taxa de empreendedorismo [1]

Proporção da população entre 18 a 64 anos



Empreendedorismo por necessidade

Em relação aos empreendedores nascentes [2][3]



Cresceu nos últimos 5 anos a proporção entre os paulistas exercendo atividade empreendedora. Entre os empreendedores nascentes o empreendedorismo por necessidade aumentou cerca de 25% neste período

Fonte: GEM – SP (2021)

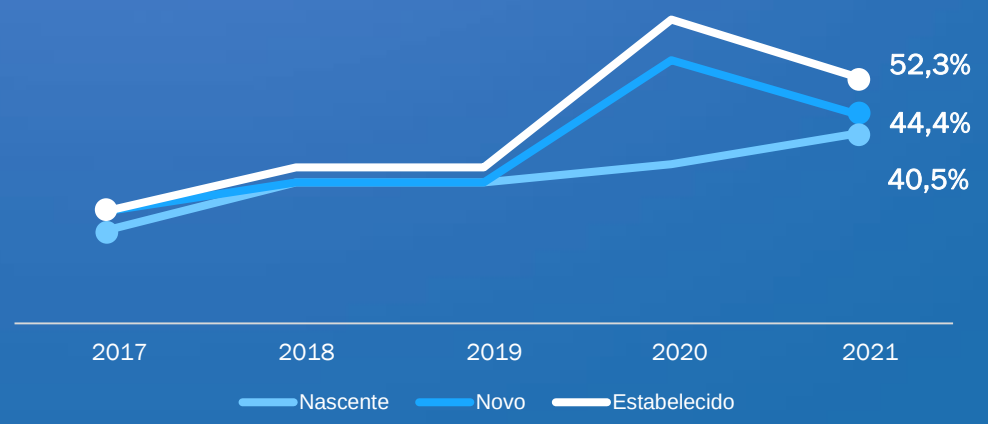
(1) Taxa de empreendedorismo total: leva em conta a proporção da população entre 18 a 64 anos nas fases de criação ou manutenção. Essa taxa é composta por três outras: a (2) taxa de empreendedores nascentes (NEA) – proporção da população envolvida, nos últimos 12 meses, com empreendimentos em fase de criação ou já em operação e remunerando seus sócios ou empregados por, no máximo, 3 meses; a taxa de empreendedores novos (NBO) – proporção da população que é ao mesmo tempo proprietária e administradora de algum negócio com, no mínimo, 3 meses e, no máximo, 3 anos e meio de operação; e empreendedores estabelecidos (EBO) – proporção da população envolvida em negócios com mais de 3 anos e meio de existência.

(3) Em 2018 e 2019 não houve medição do indicador.

Formalização

Taxa de formalização

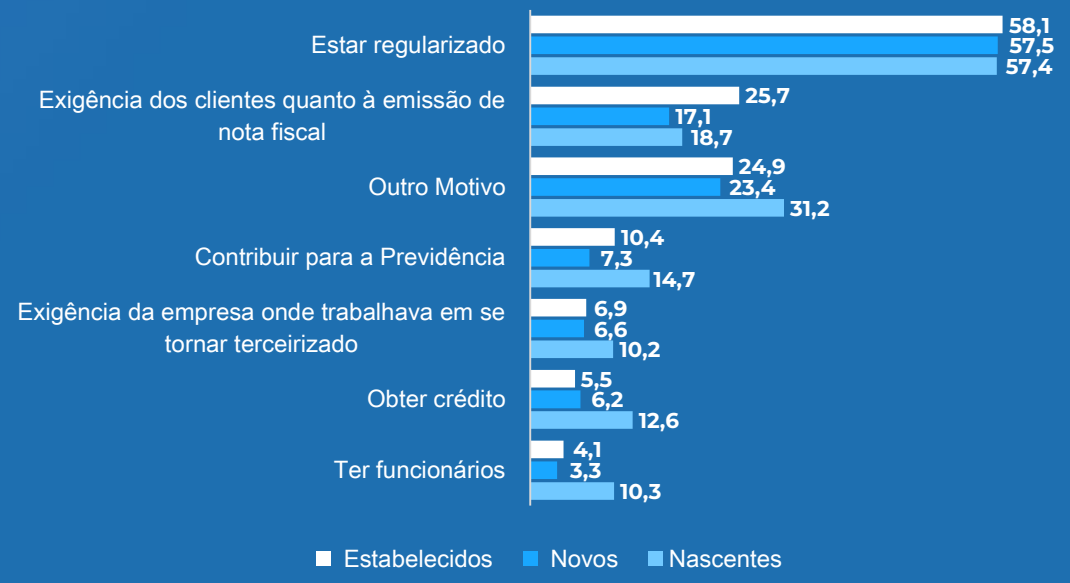
Proporção dos empreendedores de obtiveram CNPJ



A taxa de formalização dobrou nos últimos 5 anos para os empreendimentos em todos os estágios.

Razões para se formalizar

Em percentual



Fonte: GEM – SP (2021)

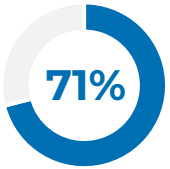
Empreendedores nascentes (NEA): proporção da população envolvida, nos últimos 12 meses, com empreendimentos em fase de criação ou já em operação e remunerando seus sócios ou empregados por, no máximo, 3 meses; Empreendedores novos (NBO): proporção da população que é ao mesmo tempo proprietária e administradora de algum negócio com, no mínimo, 3 meses e, no máximo, 3 anos e meio de operação. Empreendedores estabelecidos (EBO): proporção da população envolvida em negócios com mais de 3 anos e meio de existência.

Nos anos de 2018 e 219 a pesquisa GEM não foi realizada.

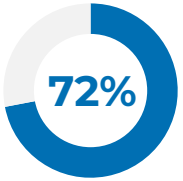
Formalização

Vantagens da formalização para o empreendedor

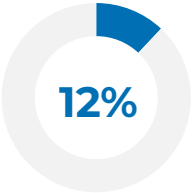
Segundo os empresários MEIs



Formalização como MEI contribuiu para passar a vender mais



CNPJ propicia melhores condições de compra dos fornecedores



Tiveram negócios com a prefeitura/ governo

- Direito a benefícios previdenciários
- Participar de licitações
- Produtos e serviços com condições especiais
- Acesso a mercado
- Acesso ao crédito

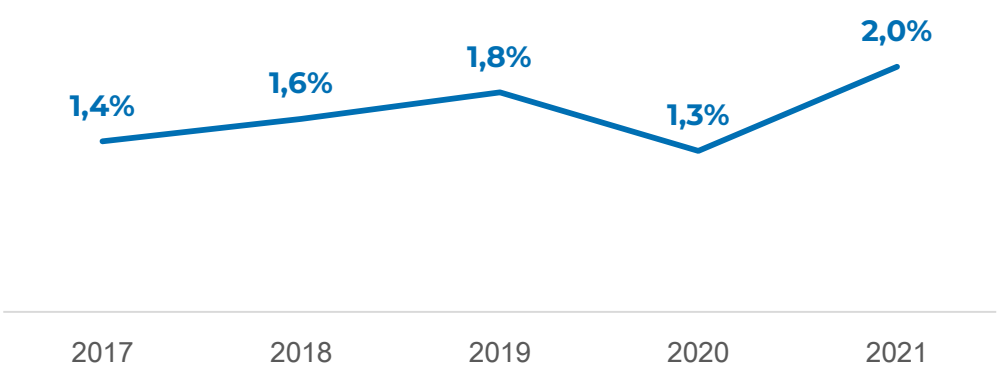
Fonte: Pesquisa Perfil do MEI – Sebrae Nacional - 2019

Contribuição do Sebrae-SP na formalização

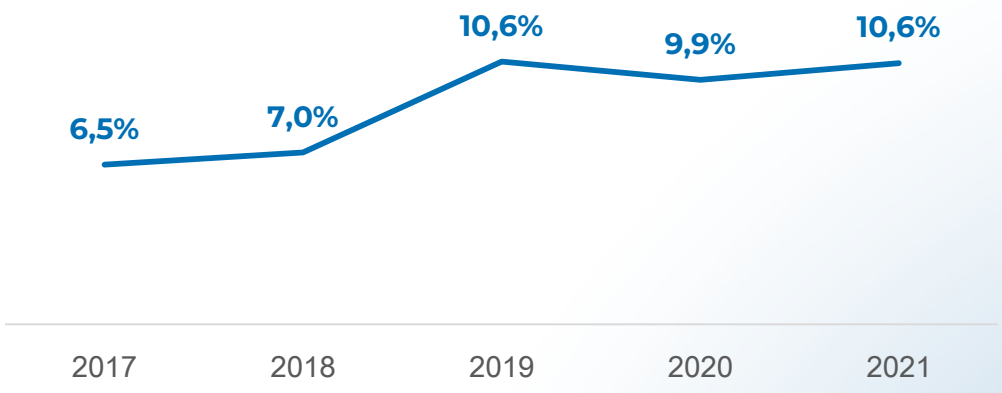
Taxa de formalização Sebrae [1]

Análise - Ano fechado

Formalizados em relação ao **universo de empresas que obtiveram CNPJ no período**



Formalizados em relação aos **clientes PF atendidos no período**



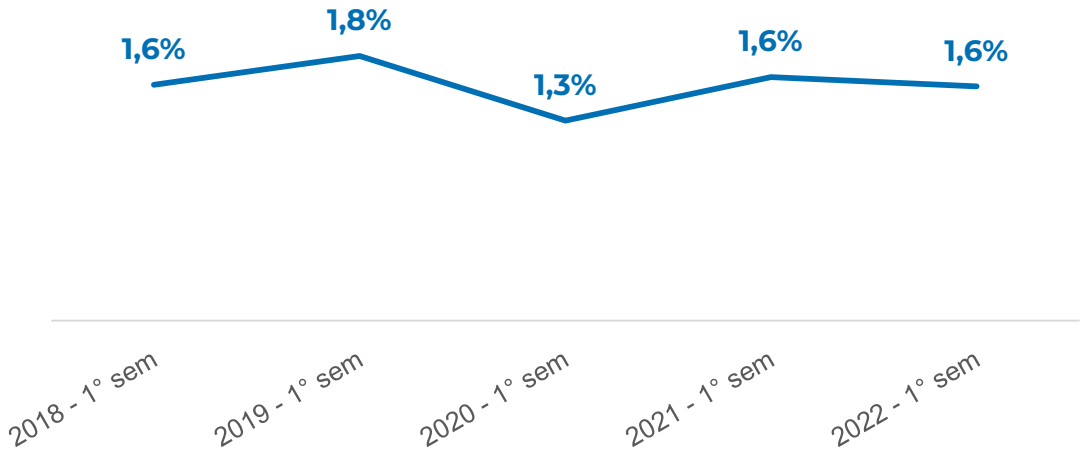
Fonte: Cadastro de Empresas da RFB e HubDados (Sebrae-SP)
Taxa de formalização: clientes atendidos pelo Sebrae-SP como pessoa física até 90 dias antes da data de obtenção do CNPJ.

Contribuição do Sebrae-SP para formalização

Taxa de formalização Sebrae [1]

Análise - 1º Semestre

Formalizados em relação ao **universo de empresas que obtiveram CNPJ no período**



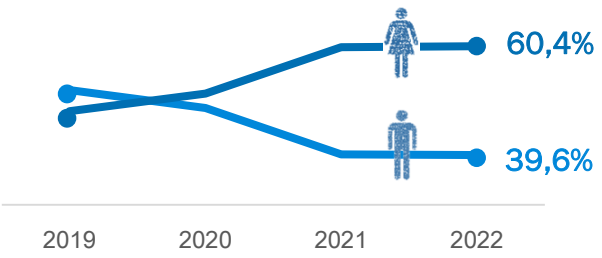
Formalizados em relação aos **clientes PF atendidos no período**

Fonte: Cadastro de Empresas da RFB e HubDados (Sebrae-SP)
Taxa de formalização: clientes atendidos pelo Sebrae-SP como pessoa física até 90 dias antes da data de obtenção do CNPJ.

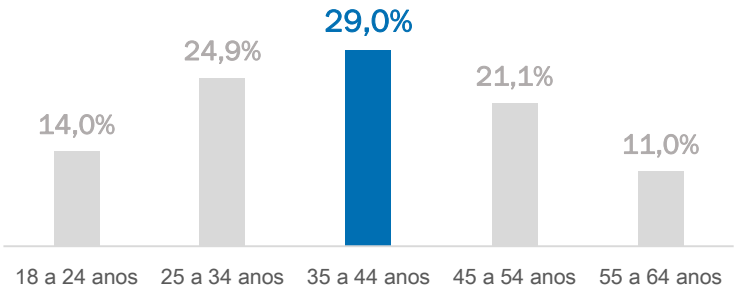
Contribuição do Sebrae-SP para formalização

Perfil dos clientes formalizados

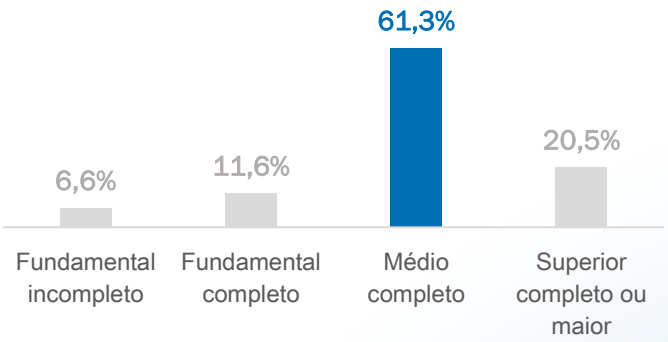
Proporção dos clientes formalizados por **sexo**



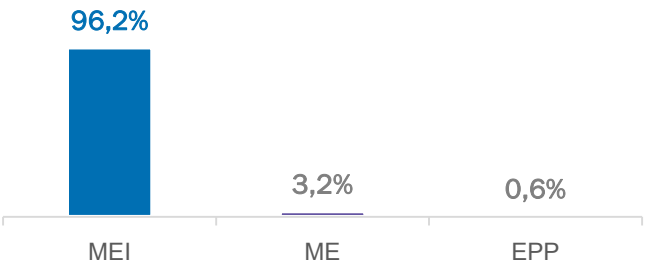
Proporção dos clientes formalizados por **idade**



Proporção dos clientes form. por **escolaridade**



Proporção dos clientes formalizados por **porte**



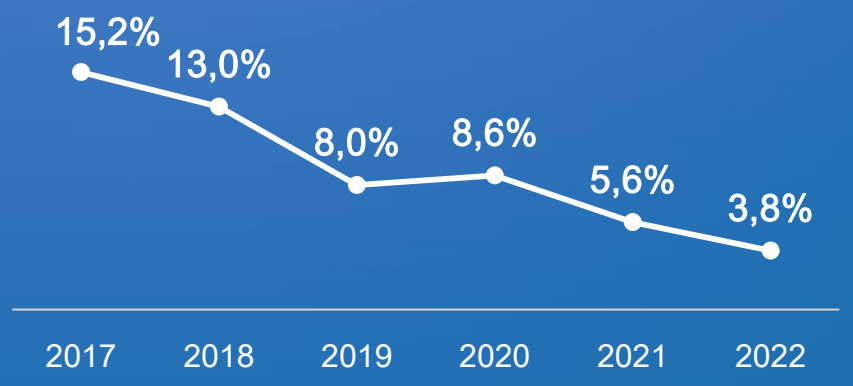
Principais **atividades econômicas** dos clientes formalizados

Fonte: Cadastro de Empresas da RFB e HubDados (Sebrae-SP)
Ano: 2022

Contribuição do Sebrae-SP para formalização

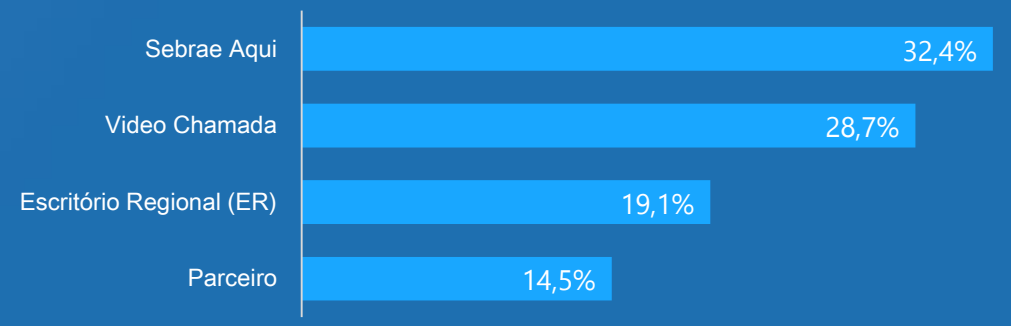
Proporção de clientes ME e EPP formalizados

(comparação apenas no 1° semestre de cada ano)

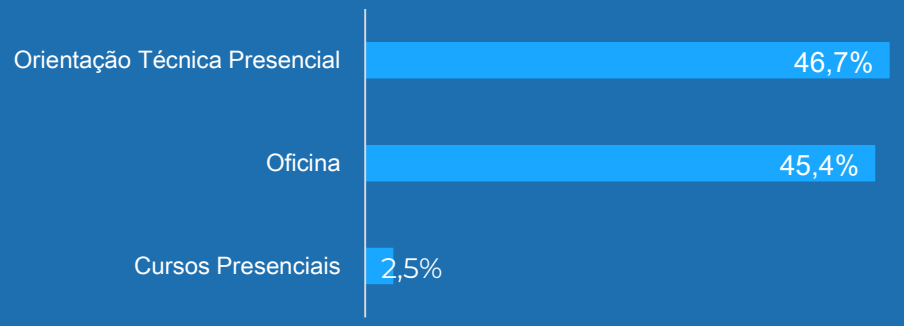


A proporção de clientes ME e EPP formalizados caiu vertiginosamente nos últimos 6 anos (63%). Em 2022 a formalização é realizada essencialmente para os clientes MEIs.

Formalização por Canal de Atendimento



Formalização por Instrumento de Atendimento



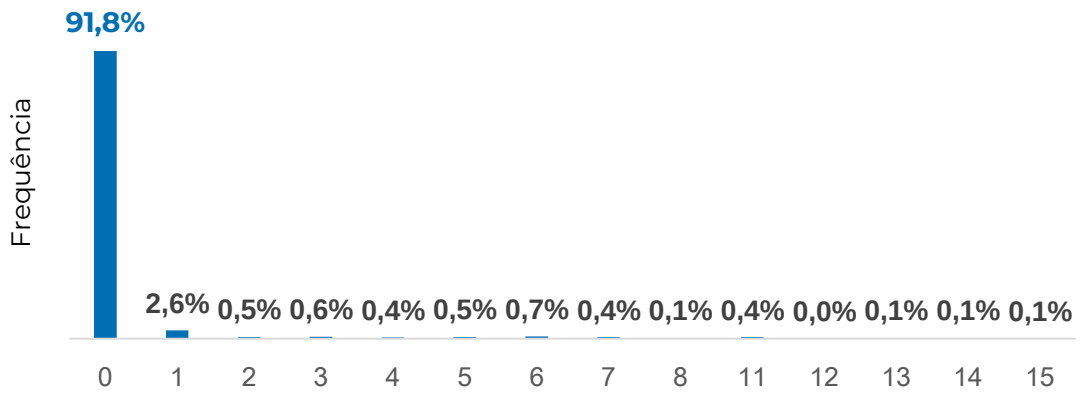
Fonte: Cadastro de Empresas da RFB e HubDados (Sebrae-SP)

Ano: 2022

Contribuição do Sebrae-SP para formalização

Delta para formalização

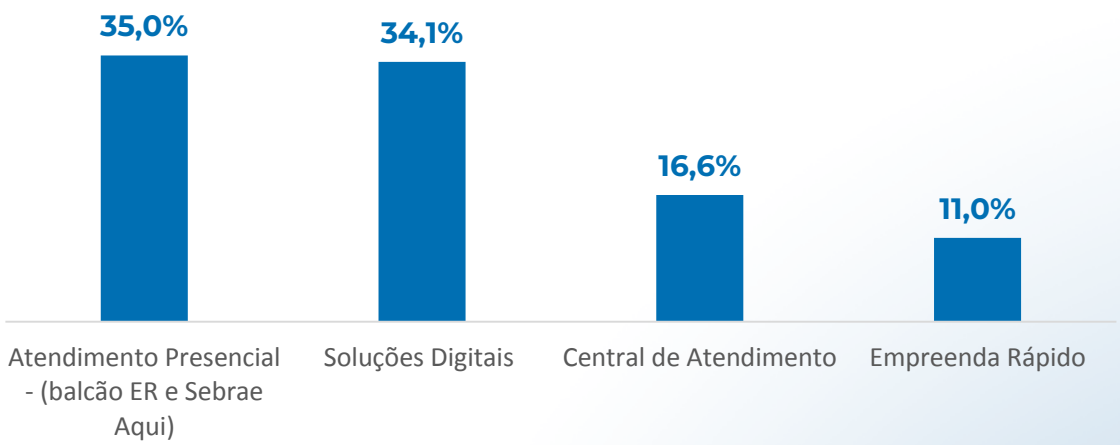
Número de dias entre o atendimento do Sebrae e a formalização do cliente



A formalização tem sido realizada essencialmente de forma orgânica onde o Sebrae-SP oferece algum tipo de suporte ao empresário já no dia da formalização.

Iniciativas que contribuíram para formalização

Proporção dos clientes formalizados pelo Sebrae por inciativa



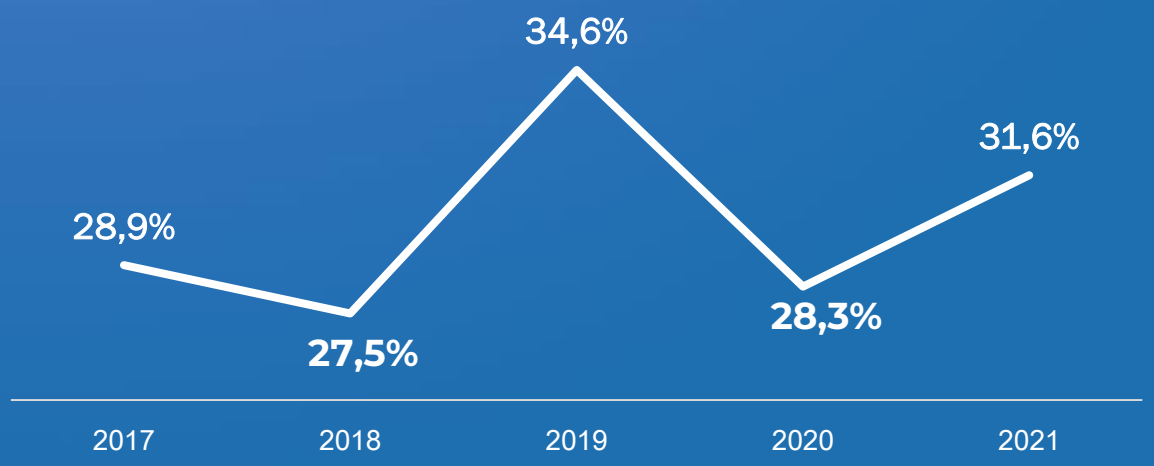
Mais da metade dos clientes se formalizam depois de atendidos com soluções digitais ou remotas (Soluções Digitais + Central de Atendimento).

Fonte: Cadastro de Empresas da RFB e HubDados (Sebrae-SP)
Ano: 2022

Contribuição do Sebrae-SP para formalização

Formalizados com pós atendimento

Proporção dos clientes formalizados pelo Sebrae que também tiveram seu negócio atendido.



A taxa de clientes formalizados com a ajuda do Sebrae-SP e que têm suas empresas também atendidas está mantido em um patamar médio de 30% nos últimos 5 anos. Nota-se aqui uma grande oportunidade de renovação da carteira de clientes do Sebrae e de acompanhamento técnico desses novos negócios.

Reflexão

Existe uma **crescente busca do empreendedorismo por necessidade** em decorrência da atual crise econômica e perda de emprego e renda da população;

A taxa de formalização dos negócios paulistas, apesar de impactada pela crise economia e pandemia, **dobrou nos últimos 5 anos**;

A taxa de formalização realizada pelo Sebrae está **estagnada e a patamares baixo**;

Existe espaço para **aperfeiçoamento do programa de Formalização** estabelecendo objetivos de segmentação do público, aumento incremental da taxa de formalização e do pós atendimento deste público para os próximos anos.

SEBRAE

dados e pesquisas
Sebrae-SP

Mapeamento da Educação Empreendedora

Educação Empreendedora

1. Sebrae
2. Empreendedorismo
3. Os envolvidos
4. Potenciais Impactos
5. Desafios e Oportunidades

Sebrae

- Os professores demonstram conhecer o Sebrae.
- Alguns até declaram terem tido contato ou mesmo eventualmente visitado o Sebrae, mas por motivações pessoais.
- No seu conjunto existe uma avaliação positiva da instituição, ainda que superficial e genérica
- Para os entrevistados, o Sebrae e a sua atuação se constituiriam ainda longe do universo ou da realidade da educação.
- Isso não significaria, de forma alguma, qualquer tipo de rejeição, mas apenas uma constatação de que essa associação entre as partes (Sebrae & Escola)

Sebrae

“Eles estão mais ocupados com quem vai abrir a empresa, do que quem está só estudando.”

“Sebrae poderia oportunizar cursos para os alunos do ensino médio – deve até ter cursos voltados para os adolescentes. Vou até fazer essa pesquisa para ver se os alunos conhecem o Sebrae.”

Empreendedorismo

- No conjunto haveria pouca ou nenhuma experiência prática empreendedora pelo público de professores, coordenadores e diretores.
- Alguns professores até reconheceram que essa ausência do ímpeto empreendedor poderia ser consequência de falhas ou da lacuna de estímulos nas próprias educações, já que não seriam formados nesse sentido.

> *"Não teve essa formação empreendedora, escola formava para trabalhar na fábrica, aprender a fazer, e não criar. Escola forma para ser peão."*

Empreendedorismo

- Esse distanciamento, por parte dos entrevistados com o tema empreendedorismo, aparentemente criaria espaço para algumas lacunas sobre a forma de se agregar esse tema à formação dos alunos do ensino médio:
    - Avaliação do conteúdo empreendedorismo como algo importante a ser ensinado principalmente sob a ótica do ‘planejamento financeiro pessoal.
    - Lecionar empreendedorismo como algo lúdico e similar a um ‘compartilhamento de vida’
- Longe dessa diversidade ser um obstáculo, poderia servir como um facilitador da entrada do empreendedorismo nas escolas.
- É provável que a falta de proximidade com o empreendedorismo explique a dificuldade dos professores em dissertar sobre o tema.

Empreendedorismo

- Curioso é perceber que os professores, ao proverem exemplos sobre atividades extra-curriculares, percebem que o empreendedorismo já está presente, ainda que não de maneira formal.

> *"Estamos ensinando a criar empresas e fizemos um bazar de arrecadação e como fazer a propaganda disso. Assim como brigadeiros e como vender."*

Empreendedorismo

Na prática

- Curioso é perceber que os professores, ao proverem exemplos sobre atividades extracurriculares, percebem que o empreendedorismo já está presente, ainda que não de maneira formal.

> *"Estamos ensinando a criar empresas e fizemos um bazar de arrecadação e como fazer a propaganda disso. Assim como brigadeiros e como vender."*

- Aparentemente a presença do empreendedorismo seria maior em escolas de ensino **privado**, mesmo antes do NEM, com ações como Feiras de Empreendedorismo capitaneadas por professores.

> *"Faziam pesquisa de mercado, quais documentos precisavam para abrir a empresa, quais entidades, o que era MEI, MPE – a professora passava por tudo isso com os alunos."*

- Esses projetos, muitas vezes, inclusive tiveram início de forma mais lúdica no ensino básico e passaram a ter um aprimoramento ao longo do ensino médio.

> *"No colégio atual também há uma feira de Empreendedorismo. Projeto de venda e compra de produtos que os alunos confeccionavam."*

Os envolvidos

Alunos

- Uma realidade a ser considerada, especialmente para alunos de escolas públicas, é o fato de muitos deles já trabalharem, seja auxiliando os pais, seja em trabalhos formais/informais, e haveria uma carência de melhor profissionalização desse público.
- Nesse sentido, matérias ligadas à educação financeira e ao empreendedorismo poderiam ter um impacto maior para esses alunos do que outras disciplinas que vêm sendo oferecidas como itinerantes, segundo os entrevistados.

> *"vou sair de ser estudante e ser desempregado."*

- O fato de as escolas públicas terem essa realidade de alunos que já têm a obrigação de gerar renda, as motivaria com um maior interesse por disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, até como forma de prepará-los para o 1º emprego, que seria o foco desse público

> *"muitos aqui fazem o curso de eletricista e abrem a sua firma e poderia vir o curso do Sebrae ensinando a gerir o próprio negócio."*

> *"escola de periferia, maior parte tem que trabalhar e não conseguem ter assiduidade na escola. Não podemos cobrar muito. Tem aluno que só vai para comer."*

Os envolvidos

Alunos – Escolha da Disciplina

- O processo de escolha das disciplinas é feita no próprio colégio, pelos alunos. Portanto, o acompanhamento desse processo, ou ao menos uma presença na escola voltada a orientar a escolha das disciplinas de empreendedorismo pode ser uma estratégia importante para ampliar o volume dessa escolha pelos alunos.

> *"Chamávamos o aluno, mostrávamos a grade para o aluno e ele fazia a votação."*

- **O processo de escolha dos cursos de itinerário parece ser um dos melhores momentos para trabalhar o tema do empreendedorismo, além de uma ocasião para mostrar melhor as oportunidades que podem surgir dessa prática, até porque as escolhas, muitas vezes, são fundamentadas apenas no nome da disciplina, havendo uma frustração posterior.**

- Há ainda casos de escolas que mal envolvem os alunos na tomada de decisões, selecionando aquilo que acreditam ser o melhor para o estudante e que pudesse se encaixar na disponibilidade dos professores.

> *"nós fizemos um filtro prévio das eletivas e passamos para os alunos. Deveríamos deixar os alunos escolherem entre todas, mas estamos fazendo o que conseguimos enquadrar."*

Os envolvidos

Alunos - Interesse

- A avaliação do interesse ou desinteresse dos alunos ainda é precipitada e incipiente, até porque a maioria dos entrevistados encontrava-se somente no 1º semestre de aplicação do NEM, cedo portanto para um diagnóstico embasado.
- Ainda assim, é possível identificar que as escolas públicas 'de bairros/comunidades' podem ser aquelas que demonstram o maior interesse no tema, dado a realidade dos seus alunos, ao contrário de escolas particulares ou escolas públicas 'de passagem'
- Um ponto de atenção e possível dificuldade diz respeito aos alunos que já trabalham e teriam maior dificuldade em aulas no contraturno ou disciplinas online no horário do expediente laboral.

> *"tem aulas de itinerário formativo que ainda tem a expansão online. Especialmente ruim para os alunos do noturno que trabalham à tarde."*

Os Envolvidos

Pais

- Um aspecto a ser considerado é o reduzido relacionamento de pais de alunos de escolas públicas e privadas de ensino médio, que tem menor contato e menor assiduidade em reuniões do que os pais de ensino fundamental.

> *"pai do aluno do ensino médio acha que o filho é responsável e não precisa de acompanhamento."*

- Estes pais estariam mais preocupados, em um primeiro momento, com a aprovação do filho no vestibular, visando uma vida melhor do que a deles próprios, e, segundo os professores entrevistados teriam menor interesse na discussão de questões curriculares.

> *"só querem que o filho não reprove."*

- A falta de conhecimento e de compreensão do NEM pode, inclusive, trazer concepções equivocadas de que há uma redução de disciplinas e inserção de temas pouco didáticos, como uma mera reflexão sobre o futuro.

> *"pais ainda não têm muita noção. Acham que vai sair disciplina e ficar só falando o que os alunos querem fazer ou ser no futuro."*

- Porém, há relatos de que, quando os pais efetivamente compreendem as mudanças e os objetivos com a integração do NEM e do tema empreendedorismo às aulas tradicionais, existiria uma maior aceitação, mesmo naqueles em que o foco continua sendo o vestibular.

> *"Fiz uma reunião e tive 5 pais, os 5 fizeram a matrícula conosco."*

Os envolvidos

Pais

- Os pais são identificados como potenciais beneficiários das lições de empreendedorismo nas escolas.

> *“ A criança consegue levar para os pais, talvez não a educação financeira empreendedora, mas focada para a vida.”*

- Ou ainda quando os pais são convencidos de que o empreendedorismo pode ser um caminho melhor ou tão bom quanto a universidade, especialmente nos casos de escolas públicas em que na prática só poucos são aprovados no ensino superior e, quando muito, apenas concluem o ensino médio.

> *“dos meus 100 alunos, 2 ou 3 vão fazer uma faculdade.”*

- **Para tanto, é necessário que a capacitação de professores envolva, também, a questão da importância do empreendedorismo enquanto conteúdo disciplinar para os pais, de forma a convencê-los de que tal mudança no ensino médio vai além de uma mera discussão filosófica sobre o futuro.**

Potenciais Impactos

- O empreendedorismo é visto como uma forma de estimular a abertura de negócios tradicionais (costureiras, eletricista, ferreiros), mas também para a mudança de realidade, como por exemplo com emprego na área de tecnologia visto haver demanda e oportunidades
- No campo profissional, o empreendedorismo, segundo os professores poderia aumentar a autoestima dos alunos, mostrando a capacidade de cada um, bem como produzir impacto na organização financeira das próprias casas.

Potenciais Impactos

- Mesmo identificando um impacto ainda limitado, e que nem todos os alunos se engajam quando apresentados ao empreendedorismo, não faltaram exemplos positivos de estudantes que já exerciam alguma atividade laboral e conseguiram levar o que aprenderam para a vida real.

> *"Carlos começou a desenvolver habilidade em tratar melhor os clientes e ajudar o pai no carrinho de food truck."*

> *"Fez uma empresa de perfume na feira, depois foi fazer Química e agora está criando uma empresa nesse sentido."*

- Mesmo não sendo uma postura presente hoje em todos os professores entrevistados, esses casos têm o potencial de se disseminados, divulgados e exemplificados com dados reais, contagiar de forma positiva o corpo docente.

Potenciais Impactos

- Outro impacto do empreendedorismo (um pouco mais presente junto aos professores) diz respeito a assuntos correlatos, como uma melhor organização financeira pessoal do aluno, juntamente com uma maior consciência sobre o próprio dinheiro.
- Já as aulas que abordam questões com as redes sociais e a produção de conteúdo se mostram como algo mais próximo da realidade dos alunos, suscitando interesse e até os desejos empreendedores nessa área.
- Outro potencial impacto é uma possível diminuição da evasão escolar, ou da perda de alunos para o ensino técnico.

Desafios

- O principal desafio, sem dúvida, é a capacitação de professores, visto ter havido quase unanimidade de declarações no sentido que o tema poderia ser lecionado, porém demandaria uma capacitação específica e profissional, sem a qual o projeto não funcionaria.
- As declarações de professores sobre sentirem medo da novidade, das mudanças do currículo foram frequentes.

> *"eu tenho 72 anos e está sendo bastante difícil enfrentar esses desafios. Não sou muito adepta a essas mudanças. Mas o mundo mudou e tenho que me adaptar também. Gosto mais de conteúdo, de norma padrão."*

> *"Muitos professores poderiam pegar o itinerário, mas pegaram outra matéria."*

Desafios

- Há, talvez, uma preocupação de que qualquer um poderia lecionar sobre empreendedorismo com base nessa capacitação, mesmo que não tivesse uma experiência prática sobre o tema.

> *"Ouço risco de escolas públicas, de professores despreparados pegando as matérias, pedagogos achando que podem dar tudo?"*

- Inclusive, este pode ser um desafio a ser enfrentado, na medida em que poucos professores entrevistados demonstraram proximidade com o tema ou já tiveram experiências próprias na área.

> *"se fossem capacitados, esses professores poderiam lecionar empreendedorismo – a gente já dá uns toques financeiros para eles."*

Desafios

- A falta de estrutura física e tecnológica das escolas também é apontada como um obstáculo para a implementação de um ensino médio mais profissional, assim como da própria capacitação dos professores.

> *“como fazer isso se não tem material, computador, nada?”*

- O tempo do professor do ensino público, que normalmente leciona em até 4 diferentes unidades para cumprir a carga horária, seria outro dificultador, havendo quase sempre uma reduzida disponibilidade para se desenvolverem em um tema novo.

Preparo e Oportunidades

- A demanda por capacitação está bastante presente no discurso desses profissionais, até porque o material oferecido até o momento parece insuficiente ou pouco prático, como livros que trazem "questões de autoestima, de família", ao contrário de uma abordagem mais prática, mais próxima à realidade dos alunos.
- Apesar de críticas à complexidade de algumas disciplinas de itinerário ("política, trabalho e pensamento econômico é muito complexo") os projetos de empreendedorismo foram vistos como mais fáceis e melhor adaptados.
- Porém não existe hoje uma aula ou um treinamento ministrado exclusivamente para o curso, e sim para o NEM de forma geral, de forma que os professores se sentem inseguros quanto às disciplinas.

> *"curso de itinerário dos temas não tivemos, foi um material impresso que é surreal de aplicar em sala de aula."*

> *"não tivemos uma formação de professores, mas apenas uma reunião com diretores de escola, na qual se falou de documentos do itinerário. É uma coisa jogada que temos que aprender na prática."*

Preparo e Oportunidades

- Essa capacitação, portanto, deveria ter um formato mais dinâmico, com a participação ativa dos professores, até para que eles também possam desenvolver atividades práticas com os alunos, mesmo sem ter o histórico de empreendedores.
- Surpreendeu que o problema não seria tanto de verba ou de infraestrutura, mas, sim, de pessoas especializadas e capacitadas para ministrar esse treinamento e orientação aos professores.

> *"são necessários mais cursos de capacitação, não só assistir vídeo, com professores, mais dinamismo."*

- Após a discussão sobre o preparo e onde buscar essa capacitação, os gestores de escolas indicam um desejo e abertura para a realização de parcerias voltadas para ramos com os quais não tem experiência (como o empreendedorismo).

> *"Veio material e veio verba, mas o que precisamos é de um profissional que saiba o que está fazendo. Não adianta "comprar tantos livros" ou montar sala e laboratório, mas não adianta isso sem ter profissional."*

Preparo e Oportunidades

- A menção ao Sebrae desperta interesse desses gestores, tanto da área pública quanto privada, mesmo não tendo ainda uma ideia clara de como poderia vir a ser essa parceria.

> *"esqueci do Sebrae. Até acredito neles, indiquei para minha filha."*

> *"quando pensamos em Sebrae, dá a impressão que ajuda só pequenas empresas."*

- Mesmo escolas que tiveram ajuda do Sebrae na gestão e cujo material foi consultado para as alas de empreendedorismo, ainda viam a instituição como algo distante.

> *"o Sebrae é uma empresa que lembramos para falar de empresa, não de educação. Essa associação de empreendedorismo na escola e Sebrae ainda está fraca. De fato, é uma empresa renomada e séria, que poderia ajudar os professores e alunos e é um vínculo que poderia ser mais forte."*

Preparo e Oportunidades

- Essas escolas estariam abertas a receber o Sebrae para tal capacitação, demonstrando a esperança que a instituição entrasse em contato para conversar com os professores sobre o tema.

> *“seria possível essa parceria com o Sebrae para as eletivas, você já deu até uma ideia aqui agora, viu?”*

- Mais do que isso, quando realmente provocados com o nome do Sebrae, vários até se animam com a possibilidade e planejam buscar a instituição para se aprofundarem no tema da educação empreendedora.

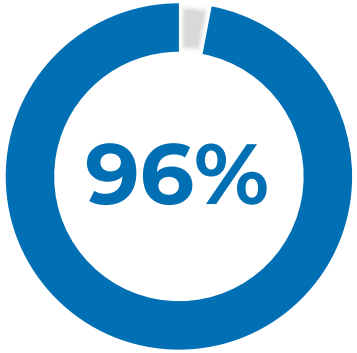
> *“Você me deu uma boa ideia, viu?”*

SEBRAE

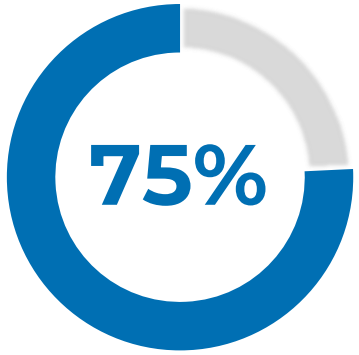
dados e pesquisas
Sebrae-SP

Digitalização nas MPEs

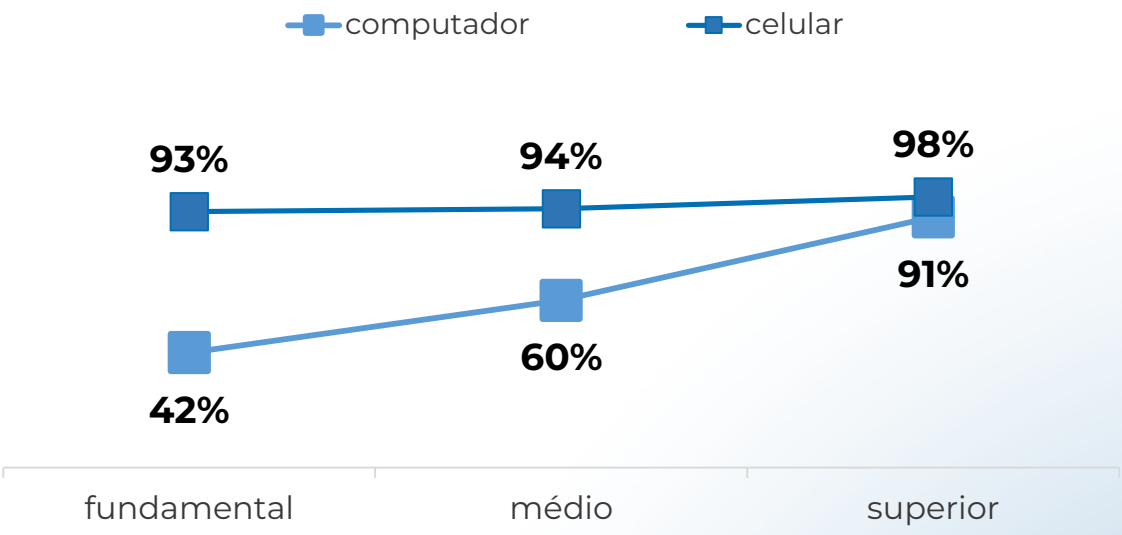
Celular e Computador



Utilizam o celular no dia a dia
da empresa



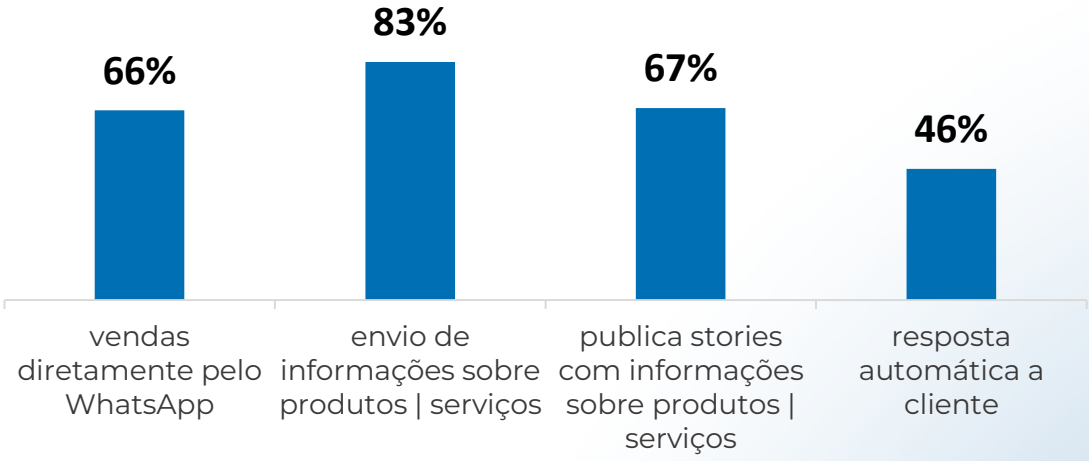
Utilizam computador ou notebook no
dia a dia da empresa



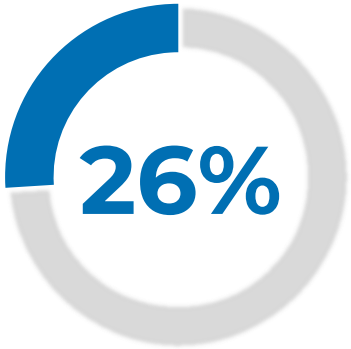
Redes Sociais

WhatsApp	85%
Instagram ou Facebook	73%
Google Negócios	29%
Youtube	14%
LinkedIn	14%
Tik Tok	10%
Twitter	6%
Pinterest	6%

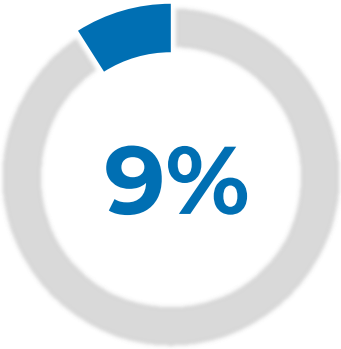
Serviços oferecidos pelo WhatsApp



Redes Sociais

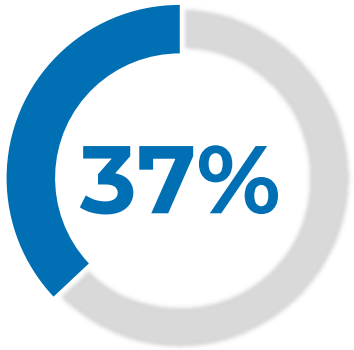


Costumam investir em comunicação paga nas redes socias



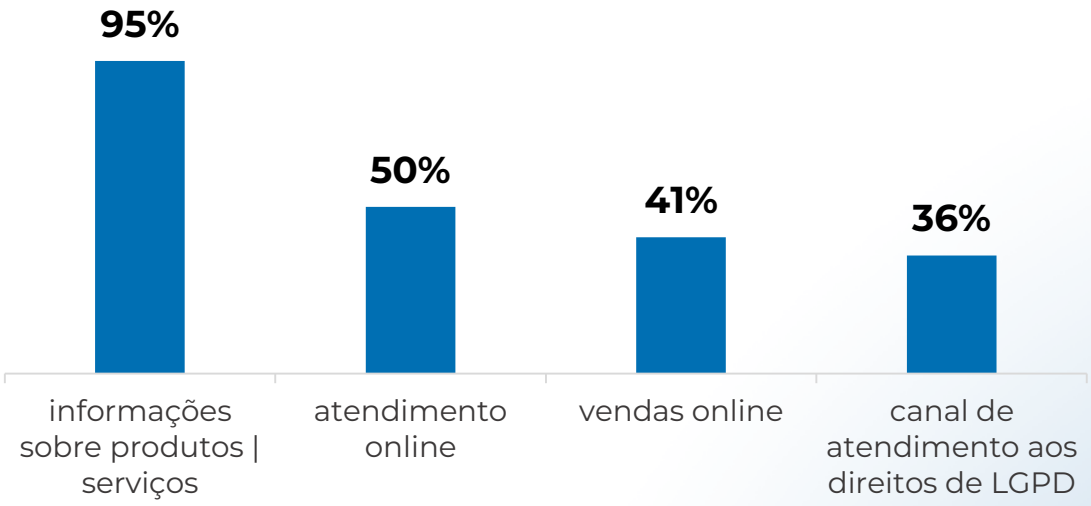
Costumam realizar lives de vendas nas redes sociais

Sites na internet

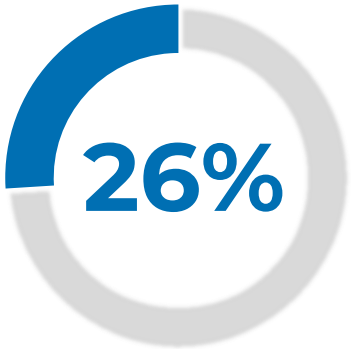


Possuem site na internet

Serviços oferecidos no site



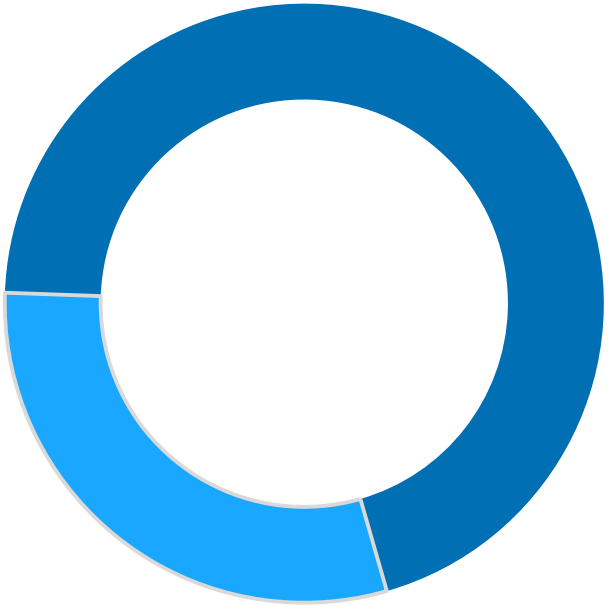
` Plataformas online



Utilizam plataformas online para comercialização

Mercado Livre	8%	21%	42%
Instagram ou Facebook	5%	12%	
WhatsApp	4%	9%	
OLX	3%	7%	
Shopee	3%	7%	
Ifood	3%	7%	
e-commerce próprio	2%	6%	
Amazon	1%	3%	
site próprio	1%	2%	
Submarino	1%	2%	
Google Negócios	1%	1%	
Rappi	0%	1%	
Get Ninjas	0%	1%	
Elo 7	0%	1%	
outras plataforma diversas	8%	21%	
total de citações	39%	100%	
total de respondentes	26%	26%	

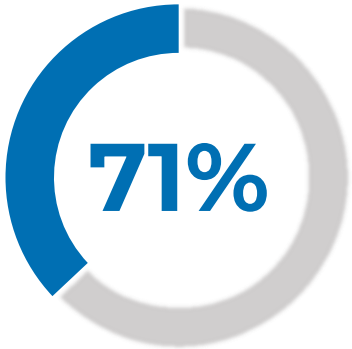
Vendas online x presencial



71%
vendas presenciais

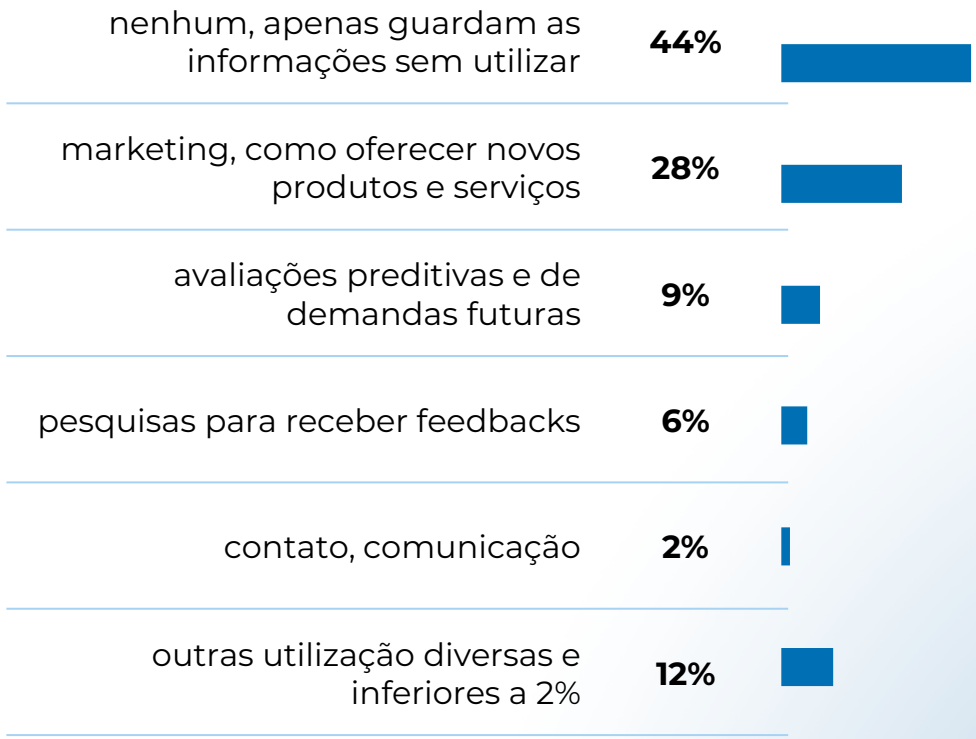
29%
vendas online

Armazenagem de dados pessoas dos clientes

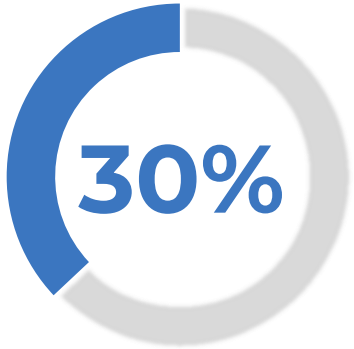


Coletam ou armazenam algum tipo de dados dos clientes

Uso das informações armazenadas

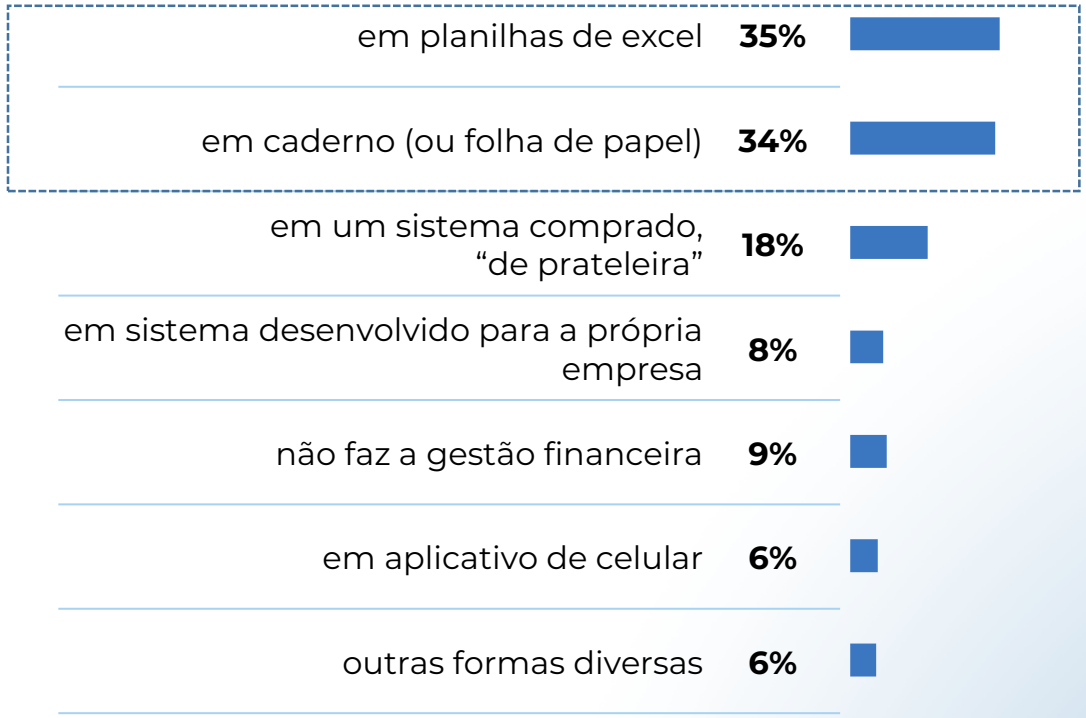


Software integrando atividades

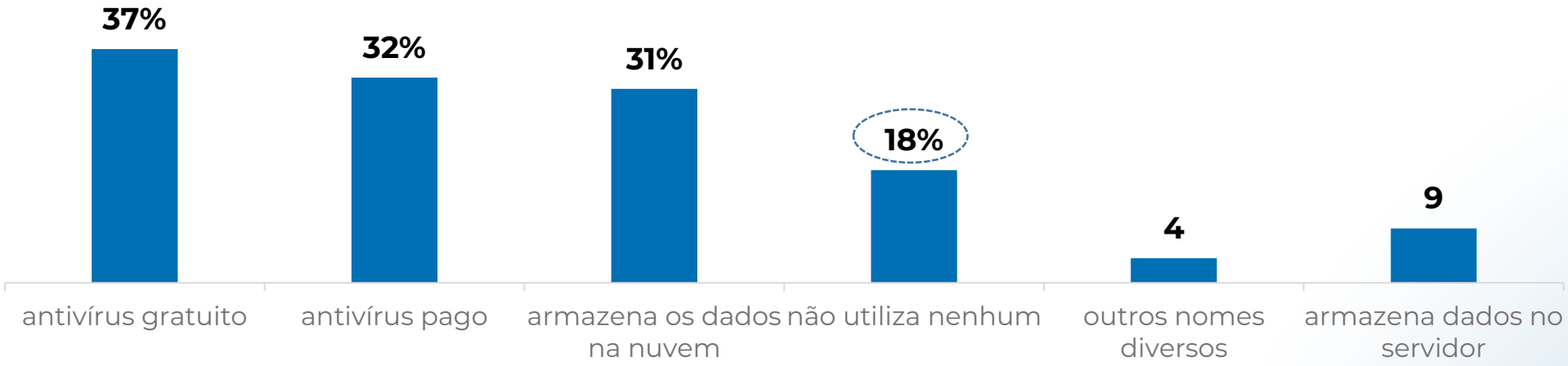


Negócio utiliza algum software para gerir as atividades de forma integrada

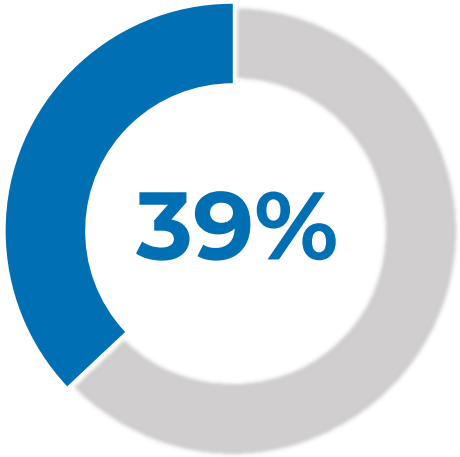
Gestão financeira do negócio



Sistema de segurança contra ataques virtuais

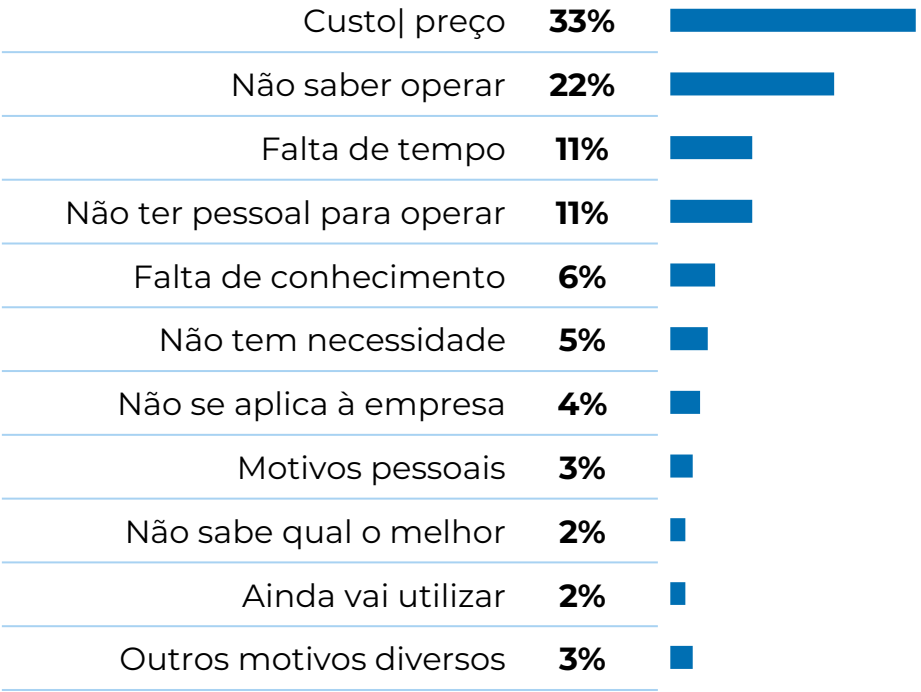


Soluções disponíveis no mercado



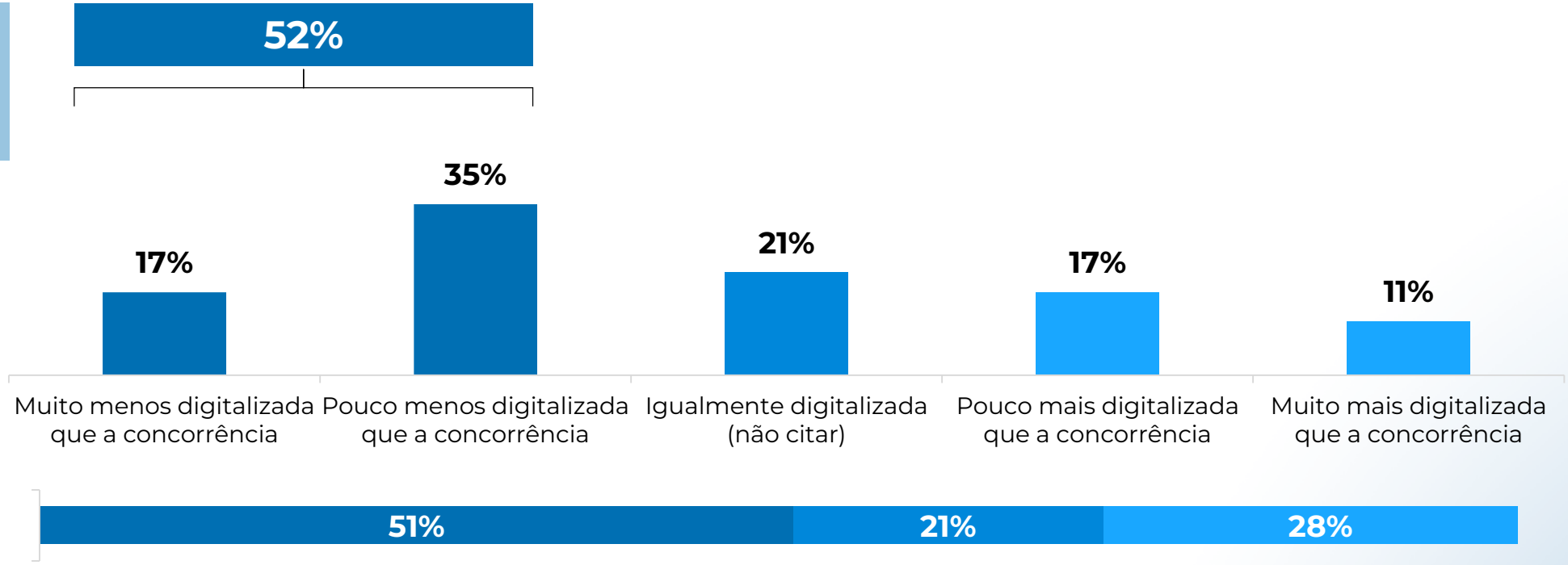
Conhecem uma solução no mercado que atenda as necessidades do negócio

Principal motivo para não utilizar a ferramenta



Percepção sobre a própria empresa

4,3
Indicado



Previsão de crescimento nos próximos 5 anos

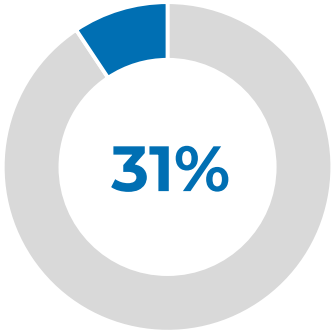
Crescimento no presencial

37%

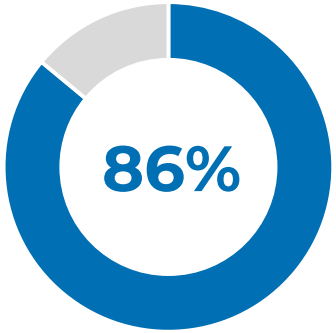
Crescimento na internet/ redes sociais

63%

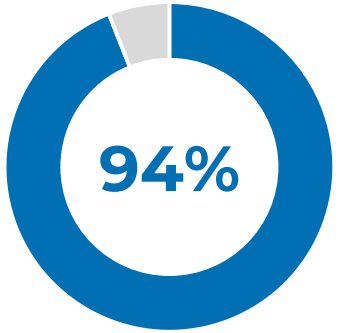
Mudanças tecnológicas por causa da pandemia



Realizaram mudanças tecnológicas por causa da pandemia



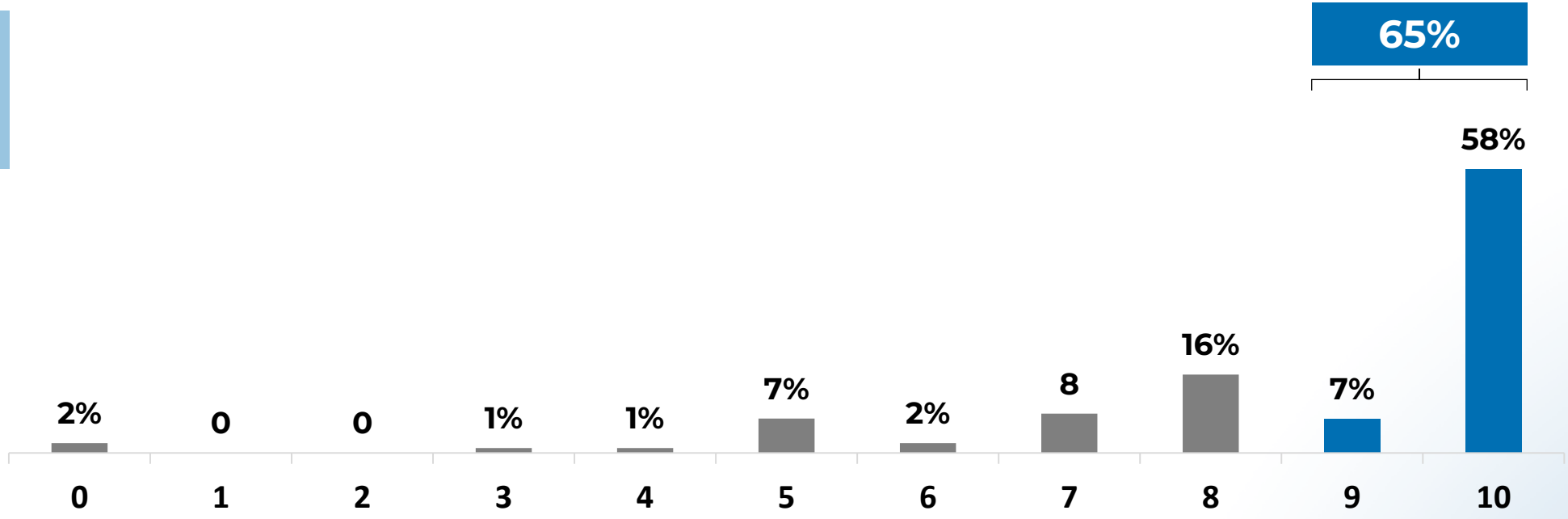
Mudanças tecnológicas trouxeram ganhos para a empresa



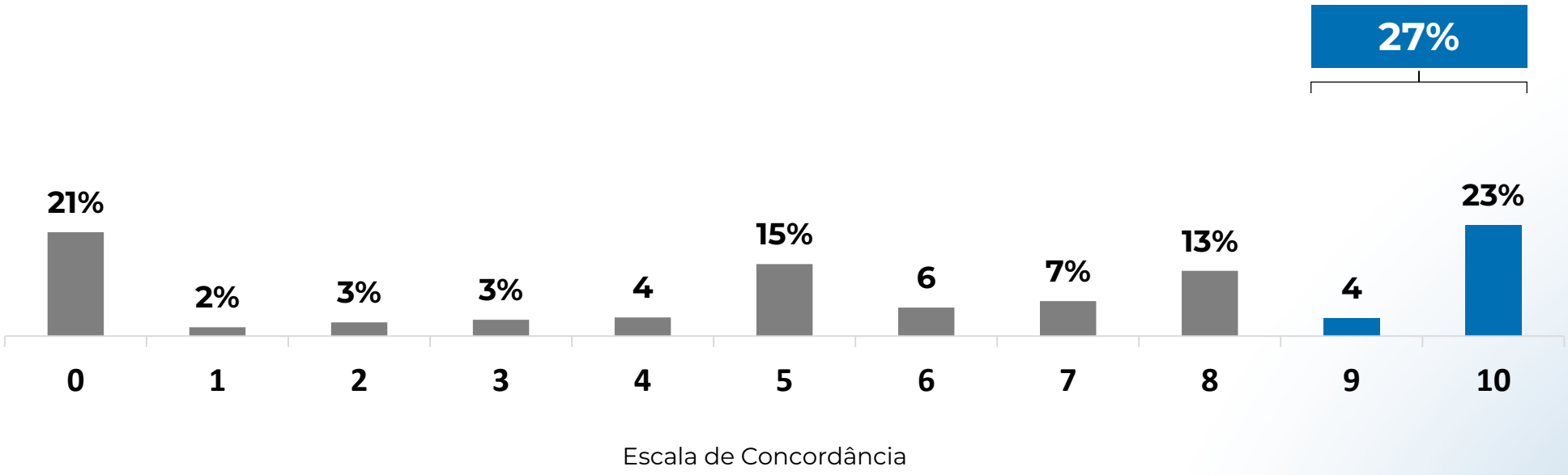
Pretendem manter as mudança tecnológica após a pandemia

A importância da tecnologia no negócio

8,7
Indicado



Sebrae ser o melhor local para se informar sobre digitalização de pequenas empresas



E agora?

Mesmo que a **digitalização não seja realidade** para a maior parte das MPES, os empreendedores têm **consciência que é muito importante** e estão **aquém, quando comparados aos seus concorrentes**. Metade dos respondentes, se consideram pouco ou menos digitalizados que a concorrência.

Investem pouco em comunicação pagas nas redes sociais e fazem **poucas lives de vendas.** Apenas **37% possuem site na internet**, **26% usam plataforma online** de comercialização e **3 em cada 10 empreendedores vendem online.**

No entanto, **tem consciência de que daqui a 5 anos**, a **tecnologia estará muito evoluída** e **é preciso acompanhá-la para não ficar para trás**. Avaliam com que o **futuro da digitalização é importante e 61% querem e podem investir.**

Como podemos ajudar ?

Assim, há uma grande receptividade e consciência das MPEs com relação à inevitabilidade de abraçarem a transformação digital. **Precisam de uma provocação e um acompanhamento nessa etapa inicial.**

Declaram que o principal motivo para não aderirem à digitalização, é **a falta de dinheiro para o investimento, mas que talvez não seja o real motivo** e sim o **desconhecimento desse mundo digital e das ferramentas existentes**.

O Sebrae não aparece como uma das fontes para esse tema, mas pode cobrir essa lacuna atual, oferecendo as ferramentas que temos e mostrando que não é um *bicho de sete cabeças* e mostrar que é um caminho sem volta.

Inovação

Mudanças feitas na empresa, após atendimento do Sebrae

98 em cada 100 empreendedores, inovaram e modernizaram suas empresas em algum aspecto, pelo fato de ter participado de atendimento do Sebrae*. Mas...

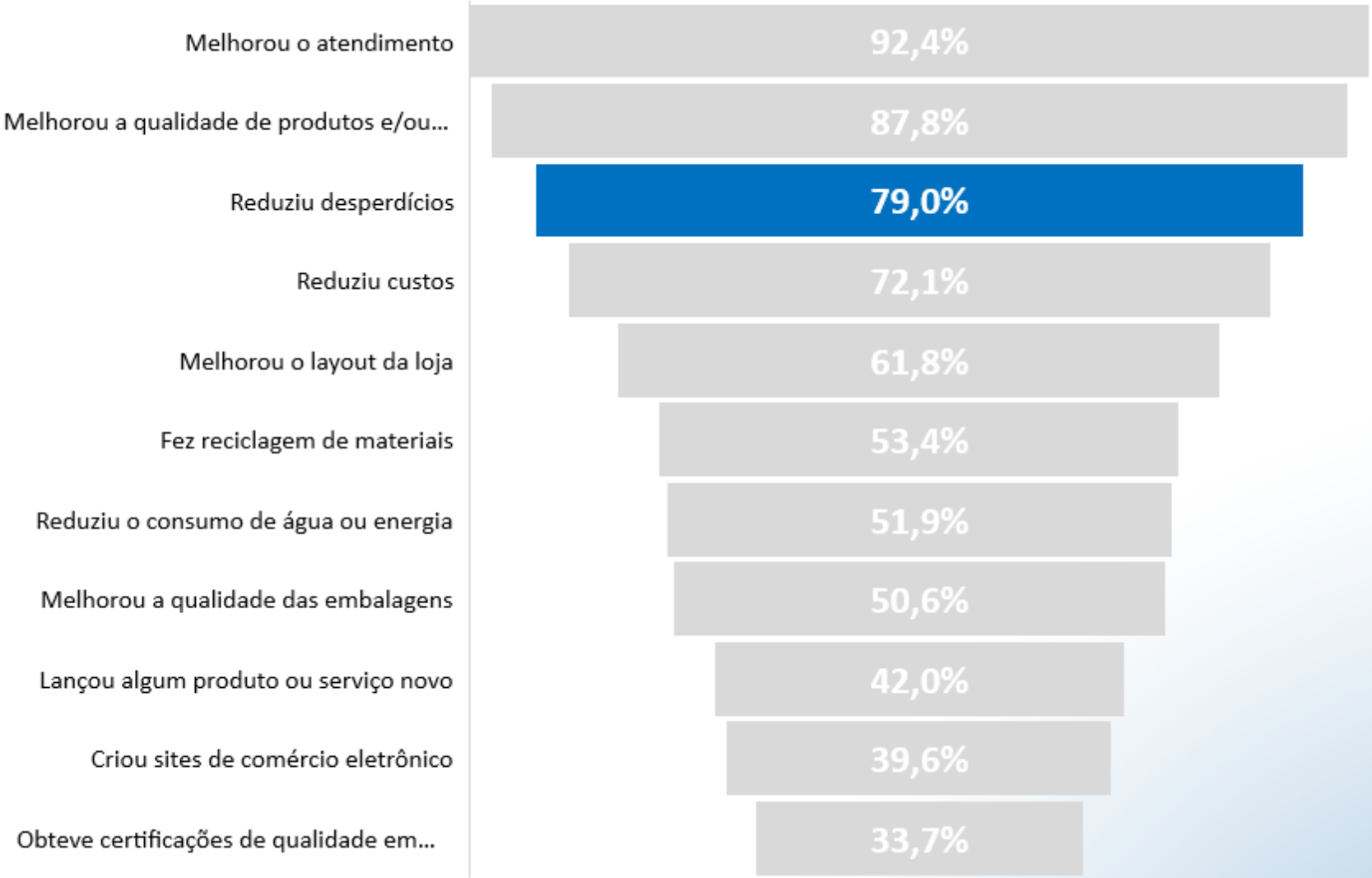
- Quais aspectos são esses?
- Quais perfis mais se destacam (idade, gênero, escolaridade, produto, ER)?
- E o faturamento de quem inova (ou não)?

Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22

A mensuração/ pesquisa

- Objetivo: Monitoramento as mudanças que os empreendedores fizeram na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae
- Público: Clientes atendidos por soluções (atividades/ projetos) com a finalidade de melhorar a inovação
- Técnica de coleta: pesquisa por telefone
- Amostragem: Busca censitária, cuja taxa de respostas ficou em cerca de 30% (6.246 entrevistas)
- Entrevistas realizadas de março e agosto/22
- Período do atendimento: janeiro a junho/22

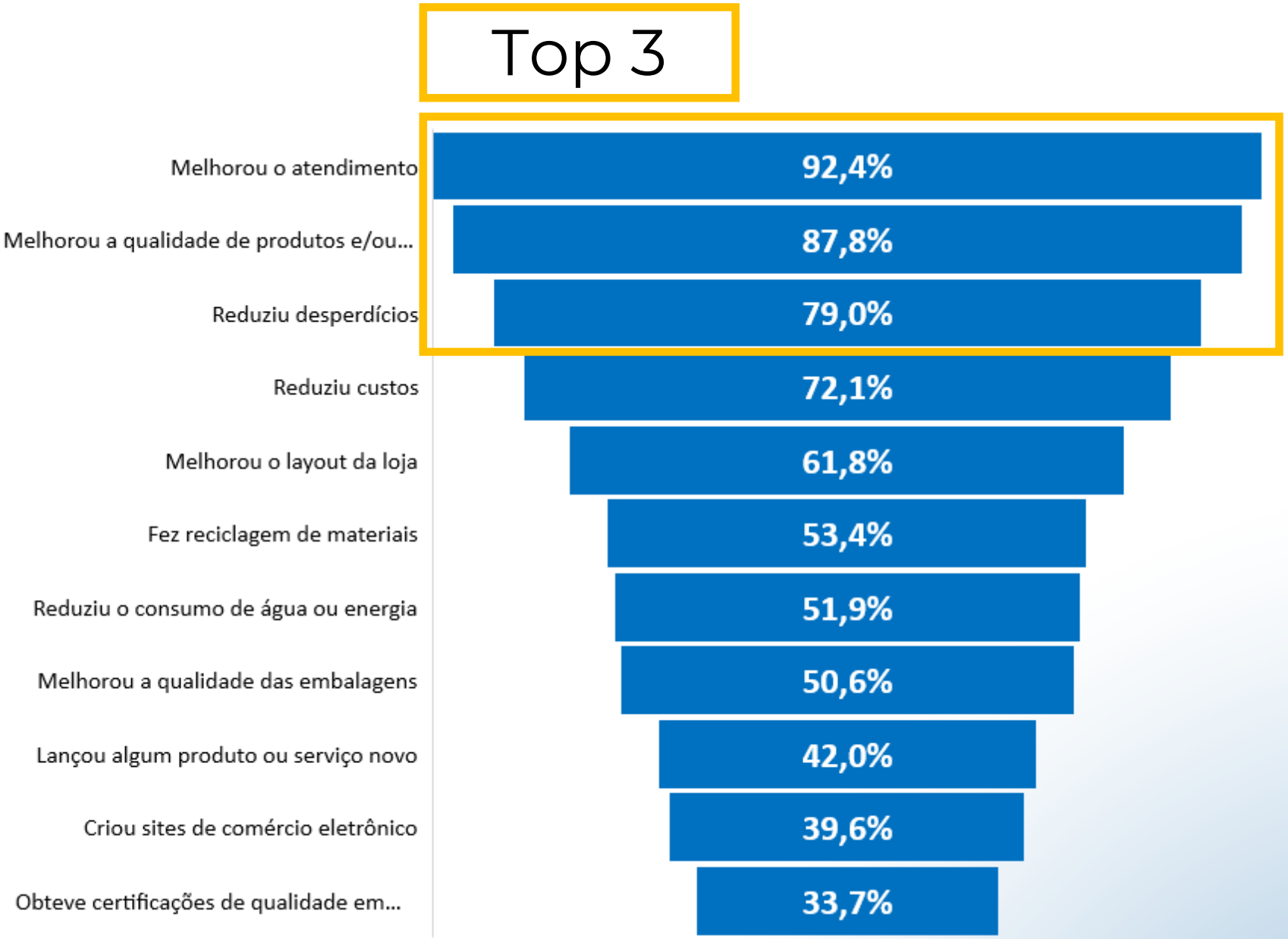
Mudanças feitas na empresa, após atendimento do Sebrae



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jul-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

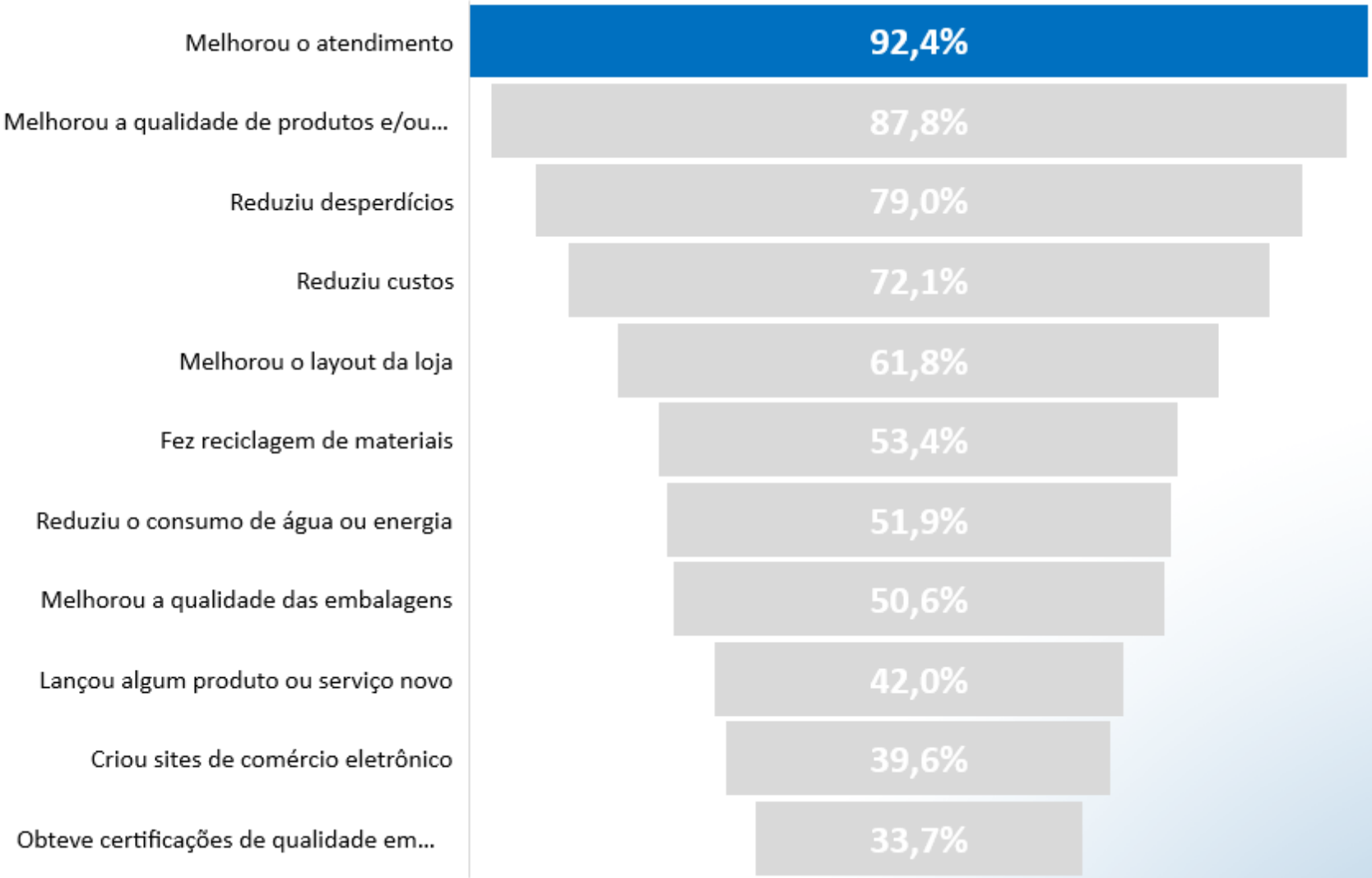
Mudanças feitas na empresa, após atendimento do Sebrae



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

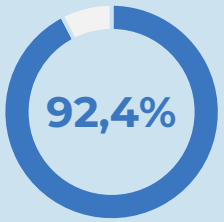
Mudanças feitas na empresa, após atendimento do Sebrae



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

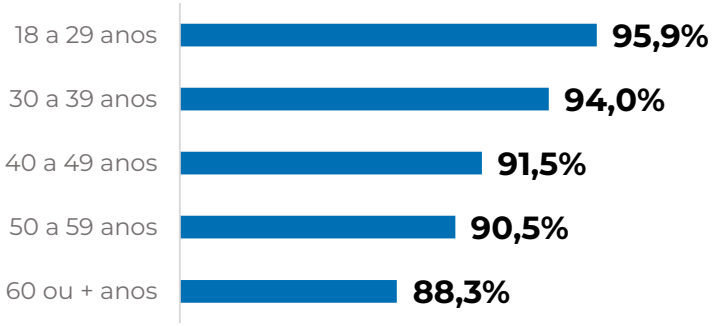
Base = 6.246

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou o atendimento”

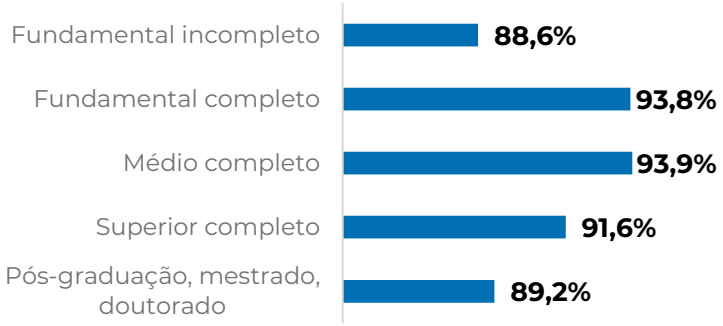


Melhorou o atendimento

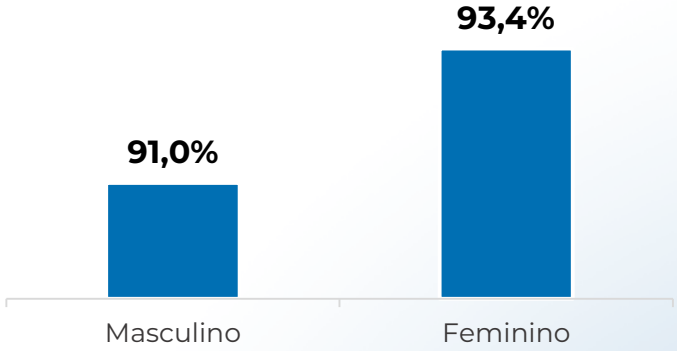
Idade



Escolaridade



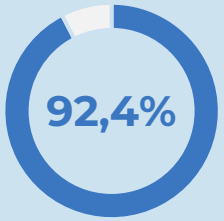
Gênero



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou o atendimento”



Melhorou o atendimento

Top 10 produtos

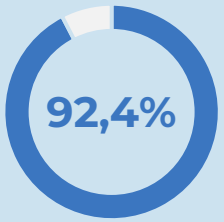
Consultoria de Gestão - Operações, logística, produção e qualidade | Hora consultoria (presencial na empresa)	100,0%	31
Inova Senac - Técnicas de Vendas Consultivas (Presencial)	98,8%	80
Inova Senac - Experiência de Compra do Cliente (Presencial)	97,8%	46
Inova Senac - Técnicas de Vendas no Varejo (Presencial)	97,2%	144
Inova Senac - Vitrines e Exposição de Produtos (Presencial)	97,0%	67
Plano de ação para redução de custos	96,6%	29
Módulo SM Organize seu negócio- Marketing digital	95,2%	42
EAD - Marketing Digital – Planejar para Vender pela Internet	95,2%	1236
Oficina Sebrae Delas - Descubra-se! (online)	94,9%	59
Live Descomplique: Fidelização	94,5%	530

Botton 10 produtos

EAD - Crescimento Planejado e Orientado para Resultados	89,8%	98
EAD - Marketing digital - módulo 1	89,6%	67
Acompanhamento Individual	89,5%	38
Consultoria de Gestão - Inovação	89,5%	38
Inova Senac - Experiência Digital do Usuário para Conversão em Vendas (Remoto)	88,7%	62
Presencial - Fabrique e venda ovos de páscoa e bombons	88,6%	35
Inova Senac - Procedimentos e Técnicas de Higiene na Manipulação de Alimentos (Presencial)	88,2%	51
Mentoria Sebrae-SP	88,0%	250
Rodada de Negócios Virtual	85,1%	47
Consultoria de Gestão - Operações: Logística, Produção e Qualidade	84,1%	69

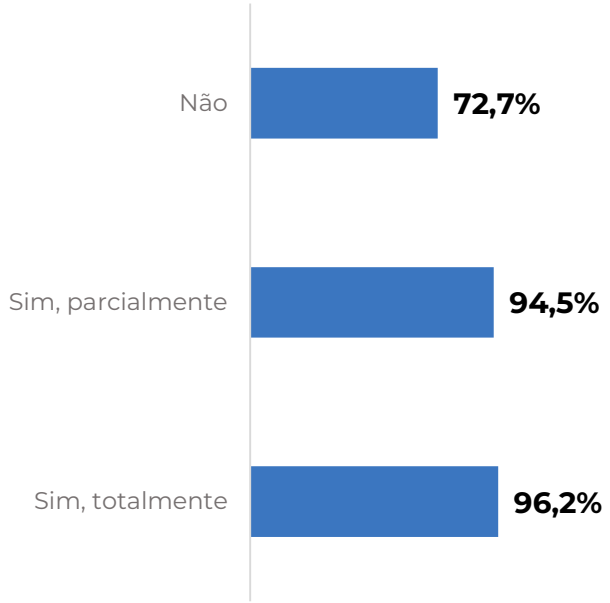
Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun--22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou o atendimento”

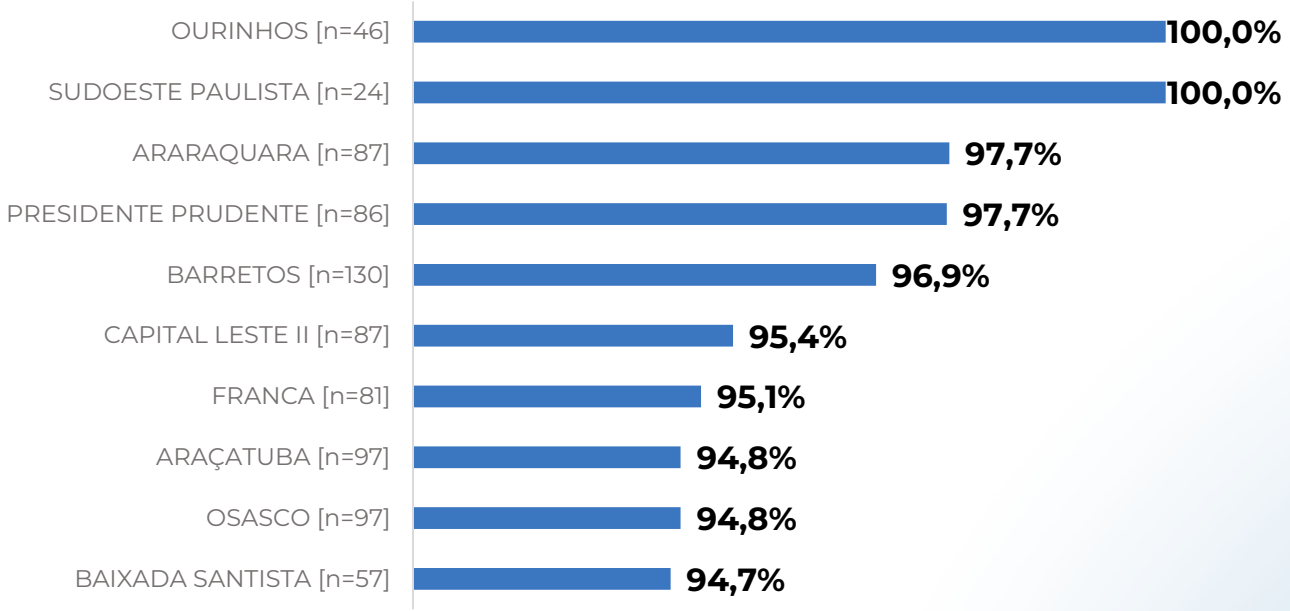


Melhorou o atendimento

Colocou em prática as orientações



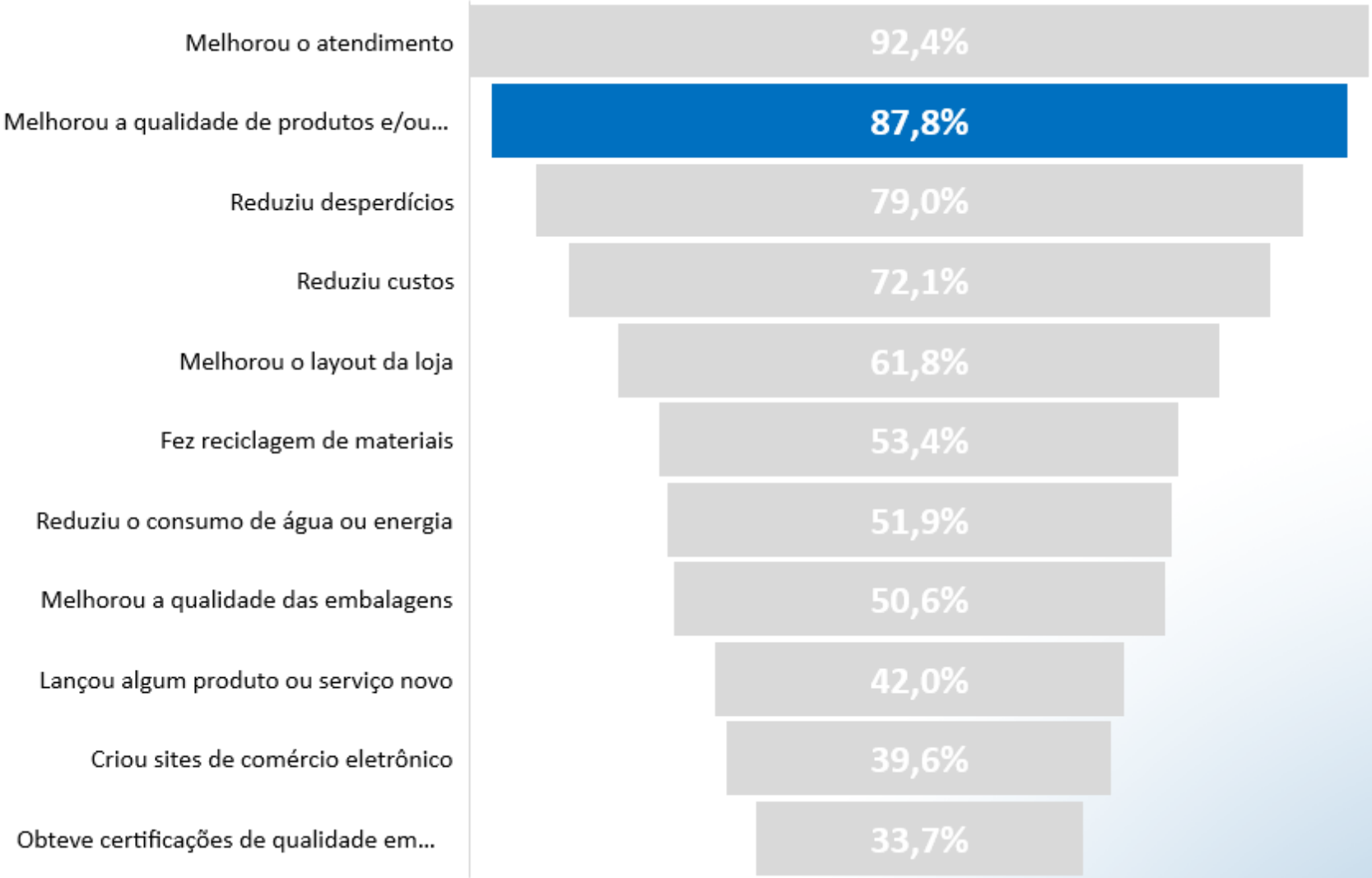
Top 10 ERs



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

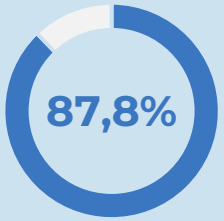
Mudanças feitas na empresa, após atendimento do Sebrae



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

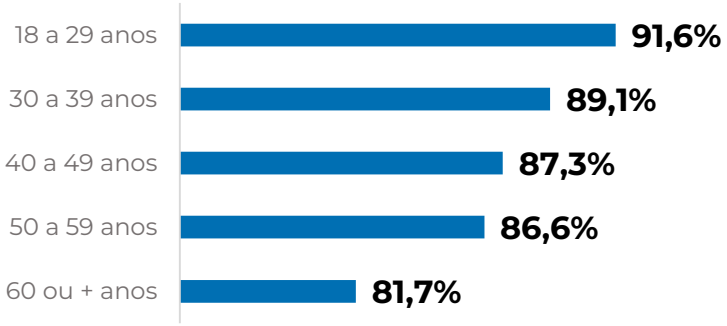
Base = 6.246

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou a qualidade de produtos e/ou serviços”

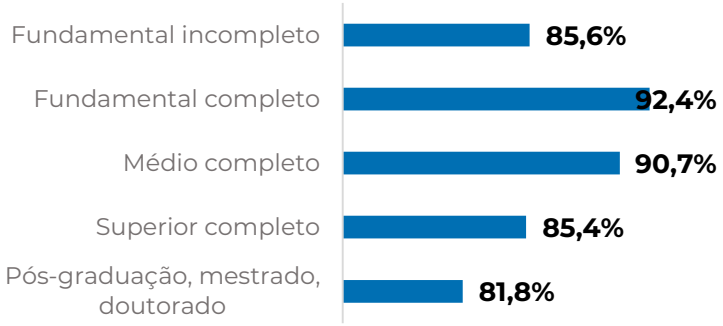


melhorou a qualidade de produtos e/ou serviços

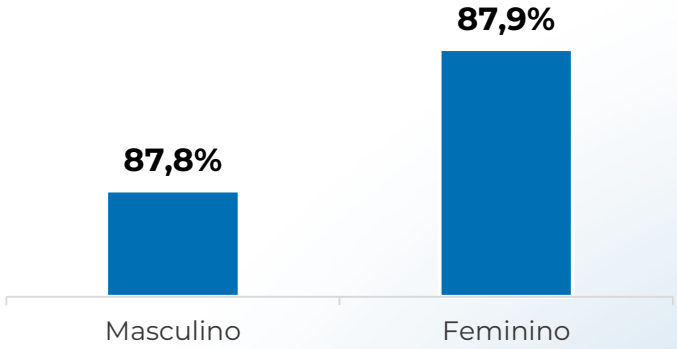
Idade



Escolaridade



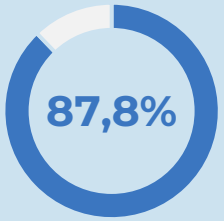
Gênero



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou a qualidade de produtos e/ou serviços”



melhorou a qualidade de produtos e/ou serviços

Top 10 produtos

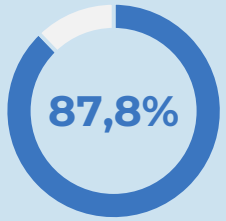
Presencial - Fabrique e venda ovos de páscoa e bombons	97,1%	35
Consultoria de Gestão - Operações, logística, produção e qualidade | Hora consultoria (presencial na empresa)	96,9%	32
Módulo SM Organize seu negócio- Marketing digital	95,1%	41
Consultoria de Gestão - Operações: Logística, Produção e Qualidade	94,2%	69
EAD - Como melhorar a gestão de sua loja virtual em marketplaces	93,5%	31
EAD - Como fazer sua loja virtual em marketplaces vender mais	92,9%	85
Inova Senac - Procedimentos e Técnicas de Higiene na Manipulação de Alimentos (Presencial)	92,3%	52
EAD - Crescimento Planejado e Orientado para Resultados	91,8%	98
EAD Websérie - A jornada do cliente na era digital	91,8%	85
EAD - Marketing Digital – Planejar para Vender pela Internet	90,8%	1233

Botton 10 produtos

Inova Senac - Experiência de Compra do Cliente (Presencial)	84,8%	46
Inova Senac - Experiência Digital do Usuário para Conversão em Vendas (Remoto)	82,3%	62
EAD - Marketing digital - módulo 1	82,1%	67
Oficina Sebrae Delas - Descubra-se! (online)	81,7%	60
Inova Senac - Técnicas de Vendas Consultivas (Remoto)	80,5%	41
Enfrentar: Inove nas vendas	80,0%	35
Rodada de Negócios Virtual	78,3%	46
Comércio Eletrônico por Meio de Redes Sociais	77,4%	53
Varejo: Pós NRF	75,9%	87
Inova Senac - Visual Merchandising (Presencial)	73,3%	30

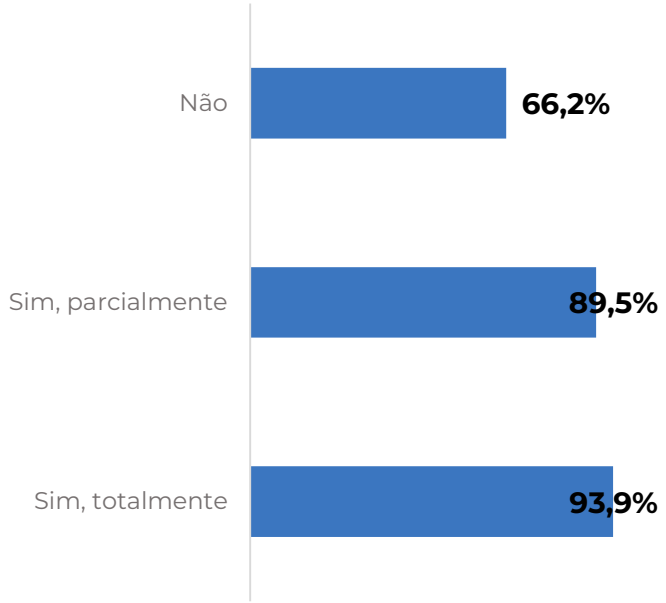
Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou a qualidade de produtos/ou serviços”

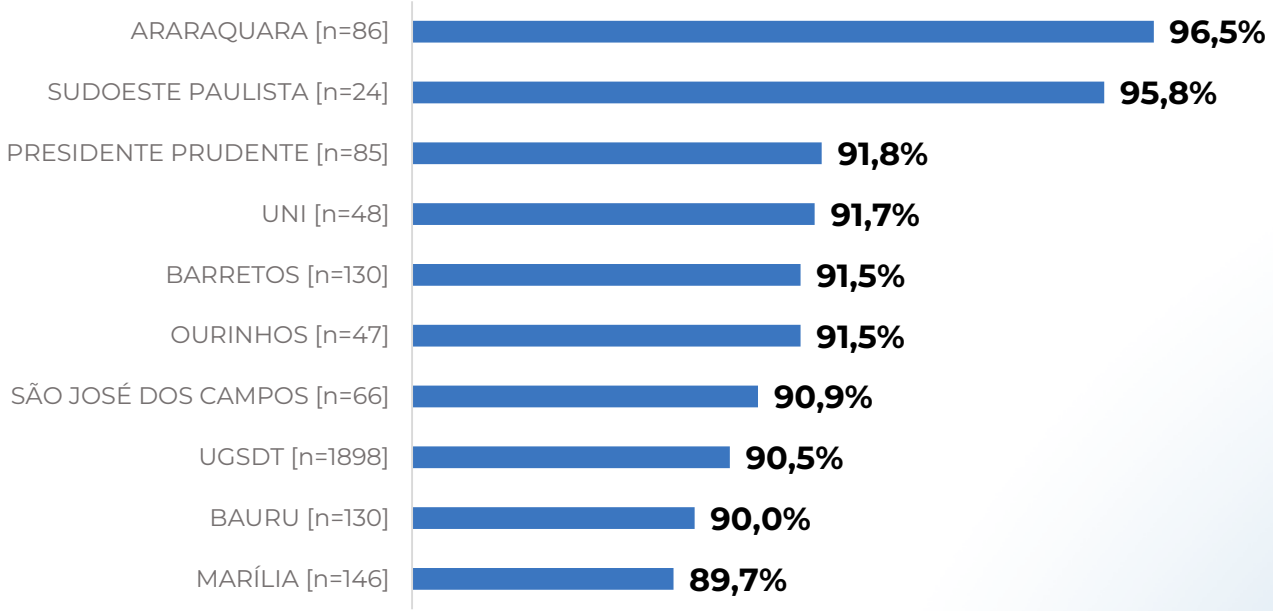


melhorou a qualidade de produtos e/ou serviços

Colocou em prática as orientações



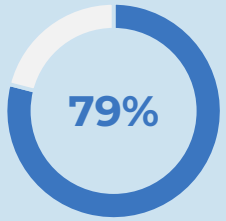
Top 10 ERs



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

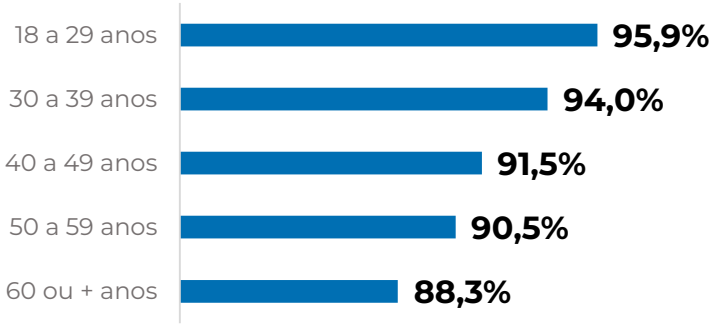
Base = 6.246

Detalhamento - mudanças feitas: “reduziu desperdícios”

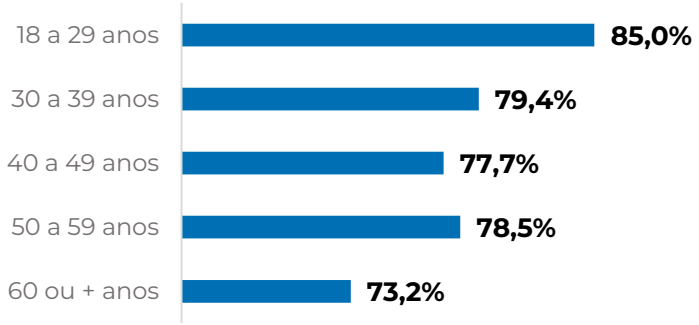


Reduziu desperdícios

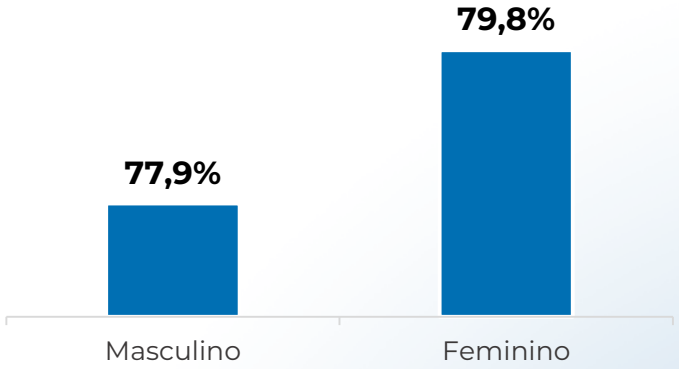
Idade



Escolaridade



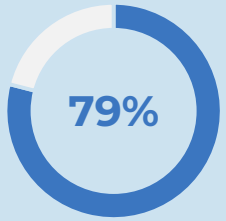
Gênero



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jul-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

Detalhamento - mudanças feitas: “reduziu desperdícios”



Reduziu desperdícios

Top 10 produtos

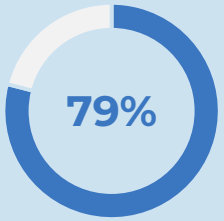
EAD - Como melhorar a gestão de sua loja virtual em marketplaces	96,8%	31
Sebraetec - Ganhos Rápidos - Consultoria (Remoto)	94,2%	52
Inova Senac - Procedimentos e Técnicas de Higiene na Manipulação de Alimentos (Presencial)	86,5%	52
EAD - Como fazer sua loja virtual em marketplaces vender mais	85,9%	85
Enfrentar: Inove nas vendas	85,7%	35
EAD - Crescimento Planejado e Orientado para Resultados	84,7%	98
Live Descomplique: Atendimento ao Cliente	84,3%	51
Inova Senac - Técnicas de Vendas no Varejo (Presencial)	84,0%	144
Consultoria de Gestão - Operações, logística, produção e qualidade | Hora consultoria (presencial na empresa)	83,9%	31

Botton 10 produtos

Live Descomplique: Marketing	74,3%	540
Consultoria de Gestão - Inovação	73,7%	38
Inova Senac - Técnicas de Vendas Consultivas (Presencial)	72,2%	79
Plano estratégico de vendas e aumento de faturamento	71,3%	240
Inova Senac - Experiência Digital do Usuário para Conversão em Vendas (Presencial)	70,7%	58
Varejo: Pós NRF	68,2%	85
Rodada de Negócios Virtual	68,1%	47
Comércio Eletrônico por Meio de Redes Sociais	66,0%	53
Inova Senac - Experiência Digital do Usuário para Conversão em Vendas (Remoto)	59,3%	59
Acompanhamento Individual	50,0%	38

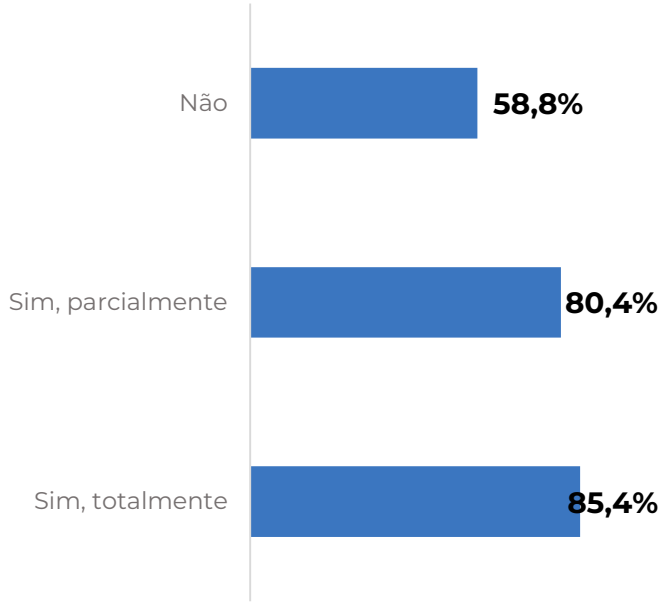
Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jul-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Detalhamento - mudanças feitas: “melhorou o atendimento”

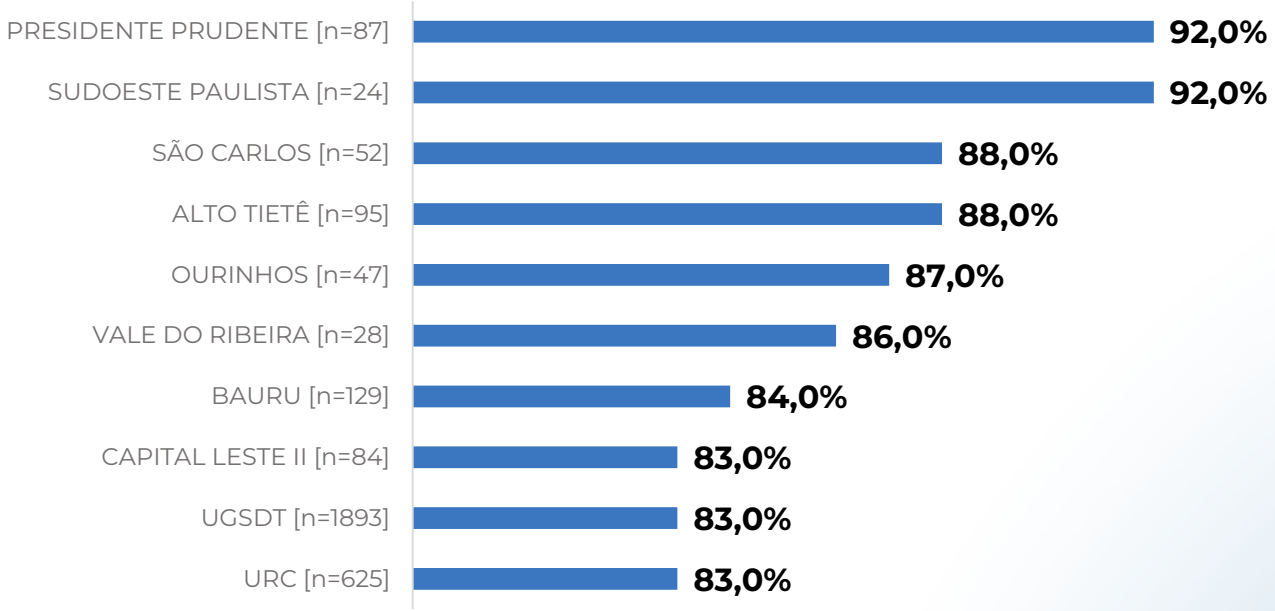


Reduziu desperdícios

Colocou em prática as orientações



Top 10 ERs



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jul-22
Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae

Base = 6.246

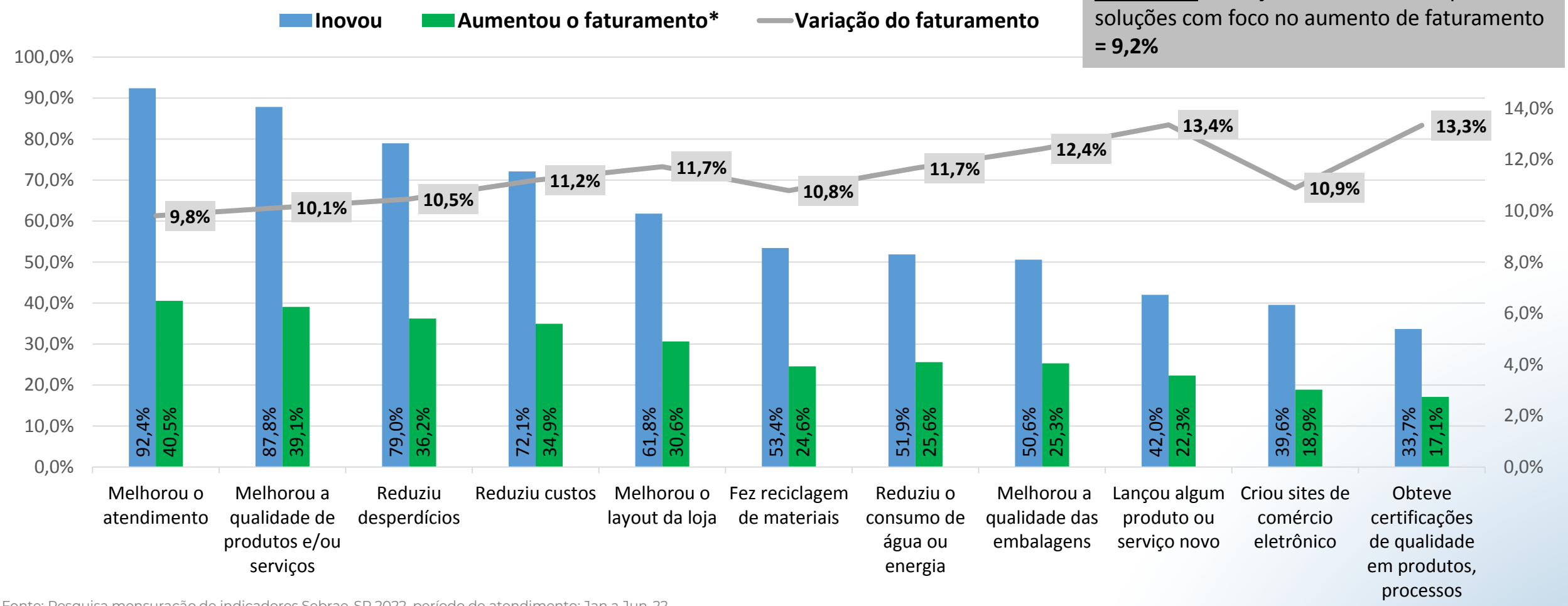
E o faturamento dentre os que inovaram (ou não)?

Faturamento entre os que inovaram

Em média, 28% dos clientes relataram aumento de faturamento

Variação do faturamento (média geral) = 11,4%

<u>Referência</u>: Variação de faturamento para as soluções com foco no aumento de faturamento **= 9,2%**



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Perguntas:
- ✓ Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae
- ✓ Desde que o(a) Sr.(a) recebeu este atendimento do Sebrae, diria que o FATURAMENTO MENSAL da empresa (aumentou, ficou igual, diminuiu, recusa ou não sabe)
- ✓ Em quantos por cento AUMENTOU OU DIMINUIU o faturamento?

(*) A distribuição dos percentuais considerou todas as opções de respostas do cliente (aumentou, ficou igual, diminuiu, recusa ou não sabe). Por esse motivo, o percentual de "aumentou" pode ser maior, caso fosse considerado apenas as respostas (aumentou, ficou igual, diminuiu), excluindo os que não souberam responder ou recusaram.

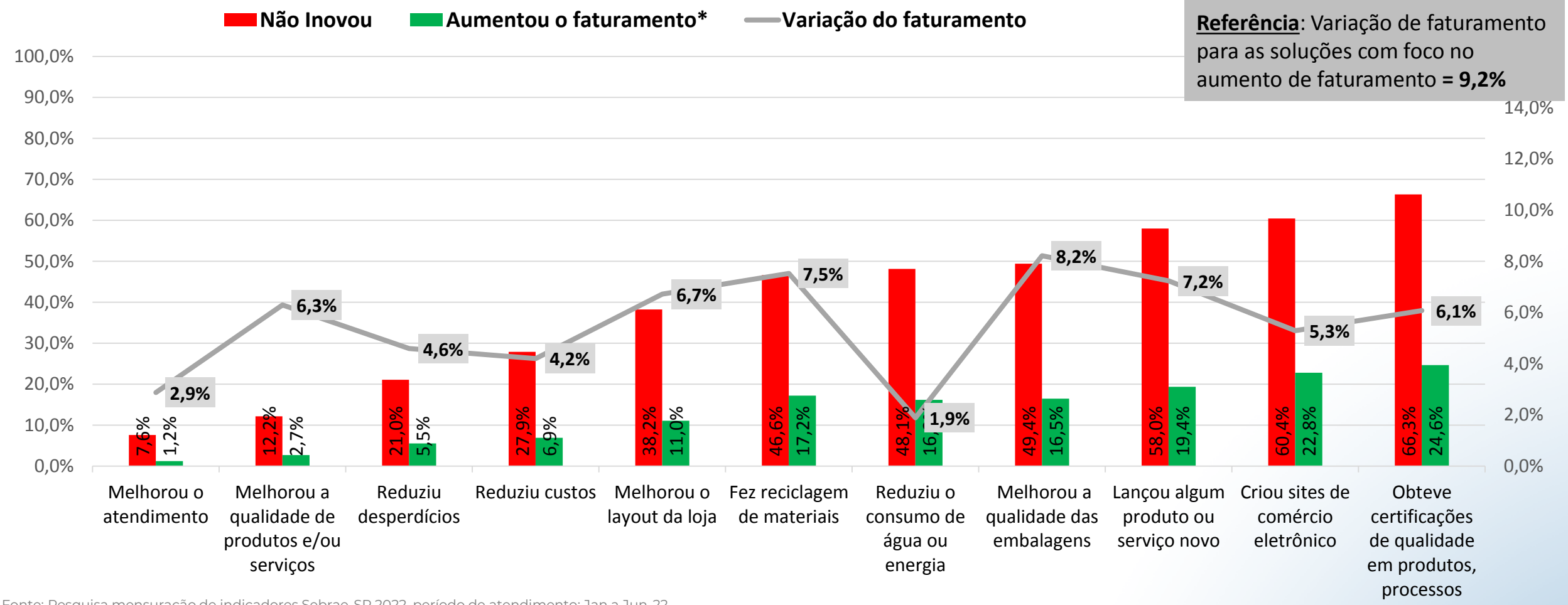
Base não inovou e aumentou o faturamento = 6.246

Faturamento entre os que NÃO inovaram

Em média, 13% dos clientes relataram aumento de faturamento

Variação do faturamento (média geral) = 5,5%

Referência: Variação de faturamento para as soluções com foco no aumento de faturamento **= 9,2%**



Fonte: Pesquisa mensuração de indicadores Sebrae-SP 2022, período de atendimento: Jan a Jun-22
Perguntas:
- ✓ Indique quais das seguintes mudanças fez na sua empresa, pelo fato de ter participado desse atendimento do Sebrae
- ✓ Desde que o(a) Sr.(a) recebeu este atendimento do Sebrae, diria que o FATURAMENTO MENSAL da empresa (aumentou, ficou igual, diminuiu, recusa ou não sabe)
- ✓ Em quantos por cento AUMENTOU OU DIMINUIU o faturamento?

(*) A distribuição dos percentuais considerou todas as opções de respostas do cliente (aumentou, ficou igual, diminuiu, recusa ou não sabe). Por esse motivo, o percentual de "aumentou" pode ser maior, caso fosse considerado apenas as respostas (aumentou, ficou igual, diminuiu), excluindo os que não souberam responder ou recusaram.

Base não inovou e aumentou o faturamento = 6.246

Reflexão

Dentre as mudanças que os(as) empreendedores mais inovaram ou modernizaram nas suas empresas destacam-se:

- **Melhora no atendimento (92%);**
- **Melhora na qualidade do produto/serviço (88%), e;**
- **Redução de desperdícios (79%).**

Quanto menor a **idade** dos empreendedores, maior o percentual de inovação ou modernização na empresas.

As **mulheres** tendem a inovar ou modernizar mais suas empresas.

Os empreendedores com escolaridade do ensino **fundamental** até **ensino médio** tendem a inovar ou modernizar mais suas empresas.

A variação de **faturamento** dentre os que inovaram é o **dobro,** quando comparado com os empreendedores que NÃO inovaram seus negócios (11,4% e 5,5%; respectivamente)

**“A criatividade é pensar coisas novas.
A inovação é fazer coisas novas”**

Theodore Levitt

Para conhecer mais

- Painel de resultados
- Relatório executivo de resultados